

OTDK

Konyhai farkasok és kasszasori pillangók

A gyorséttermi dolgozók nyelvhasználatának
genderalapú megközelítése

Jelige: Lűszisztraté

2013

Tartalomjegyzék

I.	Bevezető gondolatok.....	1
II.	A kutatás módszertana	3
III.	A pillangók lázadása – a kasszások sztenderd elleni fellépése.....	6
1.	A sztenderd: nyomasztó nyelvi börtön vagy biztonságot adó forgatókönyv?	6
2.	„Mint tűzzel a tűz meghűsíthető” - a kasszások egyéni homlokzatvédelmi stratégiái	12
2.1.	A túlstylizálás mint a nemi alapon való diszkrimináció nyelvi produktuma	13
2.2.	Tündibündi kasszások: a szubverzív hipersztenderd.....	18
2.3.	A simogató anyai szavak kiforgatása, a felnagyított szubverzív pszeudosztenderd..	21
3.	Falánkság és Bujaság - a sztenderd által közvetített nőkép.....	22
3.1.	A nőiség mint nyelvi konstrukció.....	23
IV.	Farkastörvények.....	25
1.	„Megy az oltás” – az interpelláció és a hatalom egyeztetése.....	29
1.1.	A heteroszexualitás diskurzusai	31
1.2.	A test diskurzusai	34
1.3.	A homoszexualitás diskurzusai	36
2.	A dolgozók privát nyelvhasználatának további lehetőségei	37
V.	Összegzés.....	38
VI.	Felhasznált irodalom.....	40
VII.	Mellékletek.....	43

I. Bevezető gondolatok

„Milyen jó műszak ez: a konyhán farkasok,

a kasszasoron pillangók”

(férfi konyhás dolgozó)

A társadalmi nem és a nyelvhasználat összefüggéseit vizsgáló nyelvészek közül számos neves szakember foglalkozott a munkahelyi nyelvhasználat kérdéskörével genderlingvisztikai kontextusban (Cameron 2000/2001; Holmes 2006; Holmes–Stubbe 2003; Thimm–Koch–Schey 2003; Kendall 2003). Jelen esettanulmányunkkal ezen kutatások sorát igyekszünk gazdagítani egy méltatlanul figyelmen kívül hagyott téma, a gyorséttermi dolgozók¹ nyelvhasználatának bemutatásával. Már Deborah Cameron is említést tett magyarul is megjelent tanulmányában, A munkavállaló stilizálásában a nemzetközi étteremláncok dolgozóinak a vállalat által szabályozott viselkedés-normáiról (2001: 232; l. még Ritzer 1993), ám a probléma részletes kifejtése mindmáig váratott magára.

A gyorséttermi dolgozók nyelvhasználatának tudományos vizsgálatát az eddigiek során teljesen elhanyagolták, így kutatásunk megkezdésével egy hatalmas, összetett és nyelvészeti szempontból érintetlen anyaggal találtuk szembe magunkat. A téma már alapjaiban is lingvisztikai érdekességeket foglal magában, hiszen a Cameron (2001) által vizsgált telefonközpontokhoz hasonlóan, itt is a nyelv az egyik meghatározó munkaeszköz, amely ugyancsak sztenderdizált, de emellett esetünkben egyéb tényezők is kiegészítik a dolgozó nyelvi kifejezőkészségét (pl. öltözködés, smink).

Bár az általunk vizsgált magyarországi gyorsétterem-hálózatnál kialakított nyelvhasználat a nyelvtudomány számos területe (marketingvisztika, onomasztika, retorika, stilisztika) felől megközelíthető lett volna, de ezek alkalmazása csupán egy-egy jelenség leírása kapcsán vezetett volna eredményre. A téma eddigi kifejtetlensége arra sarkallt minket, hogy egy átfogó képet nyújtsunk a gyorséttermi dolgozók nyelvhasználatáról, melyhez a neves elődökhöz igazodva – leginkább Cameronhoz és Janet Holmeshoz – genderközpontú szemléletet vettünk alapul. Választott nézőpontunk és a gyorséttermi dolgozók nyelvhasználatának egymásra vetítése rendkívül komplex problémakörhöz vezetett el minket,

¹ A továbbiakban a gyorséttermi dolgozó kifejezés alatt csak az általunk vizsgált, egyetlen gyorsétterem-hálózat munkavállalóit értjük.

melynek kibontását kétféle, a társadalmi nem szempontjából meghatározott ellenállási stratégia köré építettük fel. Ezen gyakorlatok egyikét külső nyelvi kényszerek határozzák meg, és főként a nők alkalmazzák őket, míg a másik ellenállási stratégiában a férfiak a dominánsak, és az étteremben fennálló belső hierarchiát teszik próbára vele.

Elsőként Cameron fent említett tanulmányából kiindulva a munkáltató által előírt nyelvi normát, a sztenderdet kezdtük el vizsgálni. Sztenderd alatt a következőkben a cég által megkövetelt munkavégzésre vonatkozó szabályokat és normákat értjük, melyek segítségével a vezetők ellenőrzésük alá tudják vonni többek között a dolgozók külső megjelenését, viselkedését és nyelvhasználatát is. Mivel dolgozatunk elsősorban nyelvészeti jellegű, ezért a sztenderdet általában a cég nyelvi stílusideáljaként fogjuk említeni (Cameron 2001: 217). Az előírt interakciós stílus a cég által nyújtott szolgáltatás minőségének stabilitását hivatott szolgálni azáltal, hogy az étteremhálózat minden egyes kasszas dolgozóját kötelezik annak betartására. Ez a brand megítélése szempontjából fontos, külső nyelvi kényszer az, amelynek egységesítenie kell az összes kasszasoron dolgozó gyorséttermi munkás² nyelvhasználatát szerte az országban egy viszonylag homogén stílusideált hozva létre, melynek kvalitatív állandóságát a folyamatos és többszintű ellenőrzés biztosítja.

Mivel a szigorú szabályozás – vonatkozzon az akár a nyelvhasználatra, mint esetünkben – már eleve önmagában hordozza az ellene való fellépés eshetőségét, ezért részünkről nem az volt a sztenderddel kapcsolatos legérdekesebb kérdés, mint Cameronnál, hogy elméletben mennyire kikerülhetetlen és nyomasztó a stílusnorma, hanem az, hogy az előírások ellenére a gyakorlatban miként valósulhat meg az: mely részei és hogyan váltanak ki ellenállást a dolgozókból. Megfigyeléseink és az alkalmazottakkal készített interjúk arra a következtetésre vezettek minket, hogy a kasszasok kreatívan használják fel a sztenderdet (vö. Cameron 2001: 216), hol annak felnagyításával, hol szubverziójával, hol a kiskapuk megtalálásával lépnek fel a folyamatos ellenőrzés, a sztenderd egyes nyelvi és nem nyelvi elemei, a stílusnorma által közvetített nőkép és a kötekedő vendégekkel szembeni alárendeltségük ellen. Ezek az úgynevezett kiskapuk a dolgozó beszédének azon részei, melyeket nem tud a sztenderd irányítása alá vonni, mert írásos szabályzatban nem rögzíthetők. Ilyenek például a beszéd egyes szupraszegmentális elemei.

Gyűjtéseink során arra a különleges helyzetre figyeltünk fel, hogy ezek a külső forrásból táplálkozó ellenállási stratégiák egy kiválasztott gyakorlatközösségen (vö. Eckert–

² A kasszasoron dolgozó gyorséttermi munkások (vagy más szóval kasszasok) azok a dolgozók, akik a vendéggel közvetlen interakcióba lépve a kiszolgálást végzik.

McConnell-Ginet 1992; Holmes–Meyerhoff 1999) belül (egy kisebb étterem délutános műszakja) belső lázadásokat indukálnak, melyek a dolgozók közötti hierarchiát támadják. Ebben az adott közösségben szinte csak nők töltik be a nyelvi kihívásai miatt nagyobb presztízzsel rendelkező kasszas pozíciókat, amíg a férfiak biológiai alapon (nőkhöz viszonyított kevésbé dekoratív megjelenés, és jobb fizikális kondíció) – egy üzletpolitikai döntés miatt – a kisebb megbecsüléssel rendelkező konyhai területre szorulnak vissza. A férfiak alárendelt helyzetükből akként próbálják megragadni a hatalmat, hogy uralmuk alá vonják az étterem egyetlen közösségalkotásra használható terét, a konyhát. Így szabályozhatják a dolgozók közötti magánbeszélgetések témáit és módját, verbális erőszak által meghatározott diskurzusokba kényszeríthetik a kasszasoron dolgozó nőket, mellyel igyekeznek újrapiacozni magukat az étteremben fennálló hierarchikus rendszerben.

A gyorsétteremben megjelenő, fentebb bemutatott ellenállási stratégiák által felvetett problémák komplexitása – amelyek egyrészt a sztenderd nyelvhasználatra, másrészt a pozíciók presztízsbeli különbségéből adódó hierarchia nyelvi alapú szubverziójára irányulnak – rövid bemutatás után is látható, így vizsgálatuk se lehetséges csupán egy külső vagy belső nézőpont alkalmazásával. Mivel a kérdések egyoldalú szemlélete önmagában még nem nyújt teljes képet a vizsgált jelenségekről, ezért hamis vagy sarkított eredmények elkerülése érdekében a kutatás során összetett módszertannal dolgoztunk.

II. A kutatás módszertana

A munkahelyen megjelenő alapvető nyelvi tendenciák már a kutatás megkezdése előtt kikristályosodtak előttünk, annak köszönhetően, hogy egyikünk évek óta tartó „résztvevő megfigyelést” folytat a cég dolgozójaként. Az antropológiai módszer alkalmazása kezdetben nem volt tudatos, de arra megfelelt, hogy több étterem végigjárása nélkül kiteljesedjen előttünk a legtöbb vizsgálatra érdemes kérdés.

Tudatos résztvevő megfigyelést nyolc hónapja, 2012 áprilisa óta végzünk egy kiválasztott étteremben, emellett a sztenderd gyakorlati megvalósulását öt budapesti étteremben vizsgáltuk központi és perifériás helyeken egyaránt. Emellett ugyancsak antropológiai módszerrel térképeztük fel alapjaiban a kiválasztott gyakorlatközösség felépítését, ismertük meg tagjait és egymáshoz, valamint a munkahelyhez való attitűdjüket.

Annak köszönhetően, hogy egyikünk egy éve tagja volt ennek a gyakorlatközösségnek – ez a közösség tagjaihoz képest hosszú idő –, olyan belső nézőpont vált kontinuitásában is elérhetővé számunkra, amely a külső szemlélőnek nehezen értelmezhető tényeket, adatokat

oldott fel. Ugyanakkor a másikunk a csoporton kívülálló nézőpontjával kontrollálni tudta a belső perspektívából adódó esetleges szubjektivitást.

A megfigyeléseinket támogatandó az indítékok feltérképezéséhez mindkét fontos ellenállási stratégia problémaköréhez készítettünk interjút. Az első fordulóban öt étteremben vettünk fel – férfiakkal és nőkkel egyenlő arányban, életkoruk 18–24 év közötti – tizennégy félig strukturált interjút.³ A kérdések főként a kasszasoktól elvárt sztenderdet járták körül, lehetőséget adva adatközlőinknek a sztenderd saját szavaikkal való jellemzésére, anekdoták mesélésére annak alkalmazásáról. A kérdéssor szituációs játékkal ért véget, melynek keretén belül a dolgozók megmutathatták kiszolgálói kompetenciájukat. Az interjúk átlagosan valamivel több mint félórásak voltak, a legrövidebb 20 percig, a leghosszabb 90 percig tartott. A teljes hanganyagunk 8 óra és 1 percet alkot.

A kasszasori dolgozók mellett egy három kérdésből álló interjút készítettünk két női és egy férfi üzletvezetővel, akiket arról a megfigyelésünkről kérdeztünk, hogy a női dolgozókat a cég miért preferálja jobban a kasszasori pozíciókban.⁴ A hangfelvételek hosszúsága egyenként 2 és fél – 8 perc között van, összesen 14 perc 43 másodpercet tesznek ki.

Az interjúkészítés második szakaszában az általunk behatóbban vizsgált gyakorlatközösség (konyhás) férfi dolgozóinak (5 fő, 20 és 32 év közöttiek) tettünk fel egy 20 elemből álló kérdéssort. Fő célunk az volt, hogy a dolgozók lefessék a konyha és a kasszasor közötti általuk tapasztalható különbségeket, viszonyulásukat a kasszasorhoz és az ott dolgozó nőkhez.⁵ Az interjúk közül a legrövidebb 20 percig, a leghosszabb 45 percig tartott. Összesen 2 óra és 25 perc időintervallumú hanganyagot készítettünk konyhás adatközlőinkkel.

A konyhán dolgozó férfiakkal való interjúkészítésnek voltak előzményei: egyikünk a vizsgált gyakorlatközösség munkaközbeni magánbeszélgetéseiről másfél hónapon keresztül feljegyzéseket készített. A módszert a tér nagysága és zajossága, valamint a közösségformáló beszédaktusok spontaneitása miatt alkalmaztuk, mert ezen tényezők miatt nem volt lehetőségünk a délutános műszak alatt hangfelvételek készítésére.⁶ Ezeknek a feljegyzéseknek

³ A kérdéssor megtalálható az 1. mellékletben.

⁴ A kérdéssor megtalálható a 2. mellékletben.

⁵ A kérdéssor megtalálható a 3. mellékletben.

⁶ Hozzá kell tennünk, hogy ezen interakciók hanganyagként való rögzítése se lett volna elegendő a kutatás szempontjából, mivel az adatközlők sok esetben nem verbális megnyilvánulásokat produkáltak, melyek ugyanolyan fontosságúak, mint a verbális közlések a diskurzusok elemzésében. Mivel képi felvételek

a konklúziójaként jutottunk addig a pontig, hogy interjúkat készítettünk a konyhás férfiakkal, melynek következtében árnyalni tudtuk a feljegyzett beszélgetések jelentését, felfedhettük az adatközlők szándékait és indítékait.

A belső nézőpontból folytatott megfigyelések mellett többféle külső szempontú módszertani résszel is kiegészítettük az empirikus kutatásunkat.

A sztenderd elméleti alapon való megismeréséhez megvizsgáltuk az étteremlánc által rendelkezésünkre bocsájtott alapkönyvet, oktatási- és tréninganyagokat, az éttermeken belül kihelyezett dolgozói munkafolyamatokra vonatkozó útmutatókat, valamint motivációs plakátokat.

A sztenderd gyakorlati megvalósulásáról két oldalról kaptunk információt: összesen 147 darab titkos vásárlói értékelést⁷ olvastunk át az ország szinte összes étterméből, melyeken tartalomelemzést végeztünk és statisztikai adatokat nyertünk a férfi és női dolgozók teljesítményéről. Végezetül külső szemlélőként, de több esetben vásárlóként is megfigyeltük a meglátogatott öt budapesti étterem kasszás dolgozóit - férfiakat és nőket 7-5 arányban - kiszolgálási szituációkban, majd feljegyzéseket készítettünk verbális és nonverbális megnyilvánulásaikról.

A fent leírtak megmutatják, hogy egy adott jelenséget több oldalról is körbejártunk. Például a sztenderdet nem csupán az étterem által kibocsájtott dokumentumokból ismertük meg (vö. Cameron 2001), hanem magunk is hosszasan tapasztalhattuk gyakorlati megvalósulását, egyikünk munkája során meg is tanulta alkalmazni, és ezen felül még a dolgozók és a titkos vásárlók értékelését is figyelembe vettük. A stílusnorma alapos megismerése után úgy véljük, hogy kellően árnyalt képet kaptunk róla ahhoz, hogy nagyobb biztonsággal és a megfelelő kutatási anyagokkal alátámasztva vonhassunk le következtetéseket a megfigyeléseinkről.

készítésére nem adódott lehetőség, ezért a feljegyzés módszere bizonyult a legcélravezetőbbnek szempontunkból.

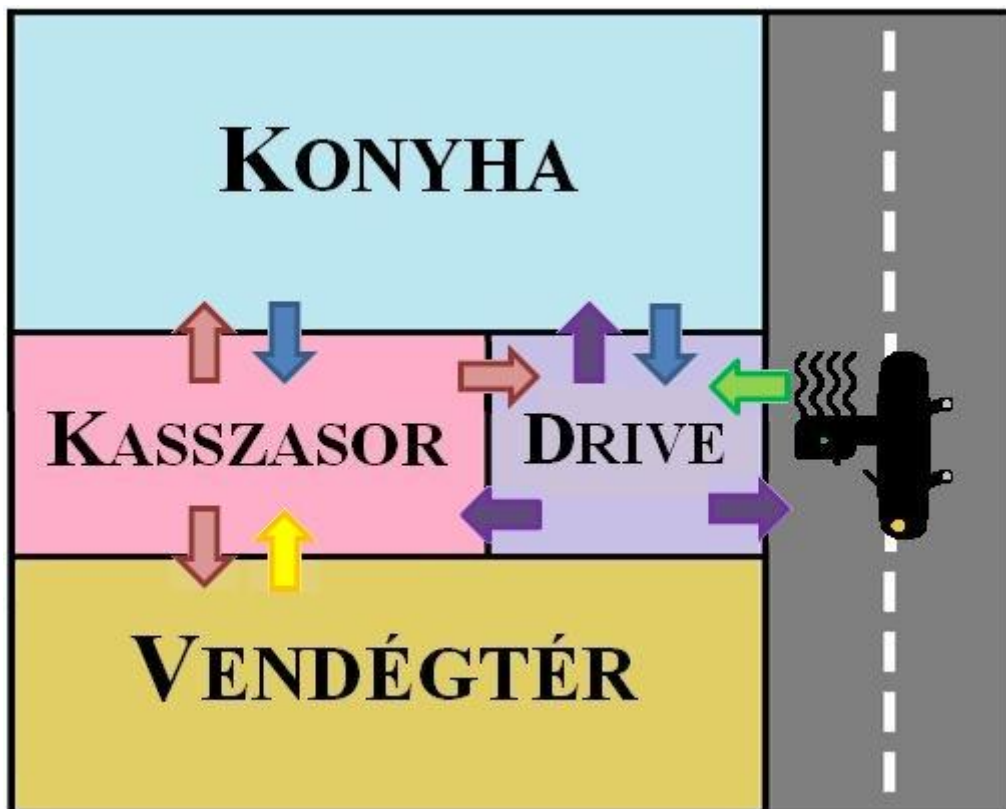
⁷ A titkos vásárló az a személy, aki a vállalat központjának megbízásából az éttermeket havonta meglátogatja, s személyazonosságát és célját fel nem fedve – hétköznapi vásárlónak kiadva magát – ellenőrzi a dolgozók kiszolgálásban nyújtott teljesítményét. Ezután az étterem alkalmazottait a titkos vásárló egy egységes értékrendszer szerint minősíti, mely eredményeket aztán az adott üzletnek továbbítja. A rosszul vagy nem tökéletesen (85% alatt) teljesítő dolgozóknak egy-egy ilyen értékelés akár az állásukat is fenyegetheti.

III. A pillangók lázadása – a kasszások sztenderd elleni fellépése

Tanulmányunk ezen részében a kasszások számára előírt nyelvi ideállal kapcsolatos kérdéseket igyekszünk kifejteni. A sztenderd problematikussága több ponton felbukkanó jelenség: a megfigyeléseink és az interjúk arra engednek következtetni, hogy a dolgozóknak a stílusnorma több verbális és nonverbális elemével, s az azok közvetítette szereppel is akad gondjuk. Az ezekkel való szembeszegülés bemutatásához azonban elsőként részletesen meg kell ismernünk a sztenderd jellemzőit.

1. A sztenderd: nyomasztó nyelvi börtön vagy biztonságot adó forgatókönyv?

Az általunk megvizsgált gyorsétterem-hálózat éttermeinek különböző munkaterületeire (kasszasor, konyha, vendégtér) különböző, a vezetőség által betartatott szabályok vonatkoznak.



1. ábra Az étterem munkaterületei és az interakciók iránya

Esetünkben a kasszasor és az ott betöltött pozíciók (kasszás és drive-os⁸) nyelvészetileg azt az érdekességet hordozzák magukban az étterem többi teréhez képest, hogy az ott dolgozók nyelvi viselkedése és magatartása is korlátozva van a sztenderden keresztül. Erre azért van szükség, mert ezek a dolgozók azok, akik közvetlen interakcióba kerülnek a vendégekkel, és tevékenységük folyamatosan követhető a vásárlók számára. Ennek következtében a kasszások megjelenése, viselkedése és verbális megnyilatkozása hatással van a cég önmagáról közvetíteni kívánt képére.

A vállalat az arculatát olyan paraméterek mentén határozza meg, mint a „*Vendég az első!*”, „*Bizalom, megbecsülés, tisztességes bánásmód!*”, „*Az elfogadható nem elfogadható!*” stb., amelyek vendégek felé való közvetítése a kasszás dolgozók feladata. Emiatt a cég a sztenderdet verbális és nonverbális elemeiben marketinges célokból ezen értékeknek rendeli alá. A gyorsétterem-lánc célja a vendég arra való ösztönzése, hogy újra felkeresse valamelyik éttermükt, melyet a kasszások udvarias, gondoskodó és alázatos magatartásával igyekeznek teljesíteni. Célkitűzéseik sikeres megvalósulását a dolgozók nyelvi és metanyelvi megnyilatkozásainak szabályozásával érik el.

Ennek a rendkívül effektív regiszternek a verbális jellemzői a választékos szókincsben, az udvariassági szófordulatok halmozásában, az érzékletes ajánlások megfogalmazásában, a megfelelő intonáció („mosolygós hang”) használtában és a természetes, könnyed, humoros kiszolgálási stílus elérésében ragadhatók meg.⁹ Az alap- és oktatói könyvek emellett kitételeket tesznek a dolgozók metanyelvi viselkedésére is: a kasszások számára fontos és kötelező a folyamatos mosolygás és a szemkontaktus megtartása, valamint mozdulataikban az igyekezet sugárzása és a vendég testtartásához illeszkedő testhelyzet felvétele.

⁸ Az autós kiszolgálást végző dolgozó, aki a rendelés felvétele alatt nem áll közvetlen kapcsolatban a vendéggel, csupán egy mikrofonon keresztül kommunikál vele.

⁹ A 4. mellékletben egy átlagos kiszolgálási szituációt mutatunk be, hogy közelebbi képet fessünk a sztenderd gyakorlati megvalósulásáról.

Nyelvi	Metanyelvi
Választékos szókincs	Vendéghez illeszkedő testtartás
Udvariassági szófordulatok	Mosoly
Jelzős szerkezetek használata	Szemkontaktus
Humor	Igyekezetet sugárzó mozdulatok
Megfelelő intonáció (mosolygós hang)	-

2. ábra A sztenderd jellemzői

A kasszásokkal készített interjúk során elvégeztünk egy attitűdvizsgálatot: megkértük a dolgozókat, hogy saját szavaikkal mutassák be a sztenderdet. Bár a válaszok többségében a férfiak és a nők egyaránt kiemelték az udvariasságot mint a sztenderd egyik legfontosabb jellemzőjét, de ezen túlmenően az egyéb kiemelt tulajdonságok nemek szerinti eltérést mutattak, és különböző perspektívákból ragadták meg az előírt nyelvhasználatot.

A nők legtöbbször a sztenderd verbális jellemzőit emelték ki: az udvariassági szófordulatokat (*kérem, köszönöm*), mondandójuk teljes mondatokban való kifejezését, a vendégek felé tett visszajelző szavakat és gesztusokat (*igen, rendben, bólogatás*), a vezetőség által tiltott kifejezések kerülését (*esetleg, Még valamit?, Mást adhatok?*), a napszaknak és kornak megfelelő köszönést, és a szlenges kifejezések, valamint a káromkodás mellőzését. Összességében többször is elhangzott adatközlőink részéről, hogy a sztenderd nagyon kötött és zárt nyelvhasználat.

A férfiak ezzel szemben főként a sztenderd emocionális tényezőit hangsúlyozták: a kedvességet, a pozitivitást, a barátságosságot, a szemkontaktust, a mosolygást, az odafigyelést és az őszinteséget. Bár az interjúk során a fentebb bemutatott kifejezésekkel jellemezték a férfiak a kötelező nyelvi normát, ennek ellenére a megfigyeléseink mégis azt mutatják, hogy legtöbbször ezen elemek azok, melyeket a férfiak mellőznek a kiszolgálási szituációkban. (Különösen a mosolygásról és a szemkontaktus megtartásáról van itt szó.)

A férfiak által kiemelt sztenderd jellemzők és a munkájuk gyakorlati megvalósulása között feszülő ellentét arra sarkallt minket, hogy összevegyük a dolgozók szubjektív

véleményét a sztenderdről az adatközlők munkájának külső megfigyeléséről készített lejegyzéseinkkel, melyből arra következtettünk, hogy a dolgozók elsősorban korlátozásként élik meg a sztenderdet, hiszen mindkét nem azt az aspektusát emelte ki inkább a stílusnormának, amely idegen számára, megvalósítása nehézségeket okoz vagy kevésbé természetesként érzékelik.

A nők meglátásunk szerint azért nem említették olyan mértékben a sztenderd metanyelvi vagy emocionális vonatkozásait válaszaikban, mint a férfiak, mert bizonyos mértékig magától értetődőként kezelik ezt a fajta magatartást, mivel a társadalomban való szocializációjuk során berögződtek számukra az olyan elvárások, mint például a kedvesség, a mosolygás, a szívéllyesség és a másokkal való törődés. Ezek a nőkkel szembeni hagyományos társadalmi sztereotípiák (Talbot 2003; Leinfeller 2002; Holmes–Stubbe 2003) annyira észrevétlenül természetesnek tűnnek a kasszás lányok számára, hogy a sztenderdet inkább verbális szabályzatként élik meg, mintsem viselkedési előírásként. Ezzel szemben a férfiak a sztenderd azon elemeit tartják maszkulin identitásuktól idegennek, amelyek valamilyen formában az érzelm kifejezésre kötelezik őket.

Egyik férfi adatközlőnk válaszában kifejtette, hogy a kiszolgálás során, azaz a sztenderd megvalósítása közben hogyan kell a vendéggel bánni:

„Hát nézd, mindig udvariasan, még ha nincs is hozzá kedvem. Ha flegma, akkor nem szabad bunkózní. Mindent el kell viselni, el kell tűrni, ez a lényeg!”

Ebből a kijelentésből leginkább arra lehet következtetni, hogy a férfi kasszásoknak nem feltétlenül az emocionális tevékenységgel van gondjuk, hanem azzal, hogy nem saját, természetes érzelmeiket kell a vendégek felé kifejezniük (vö. Schulz–Wodak 1986). Ezt a gondolatot erősíti még az *őszinteség* mint a sztenderd fontos elemének kiemelése az egyik férfi adatközlőnk részéről.

Cameron (2001) a dolgozók nyelvhasználatára vonatkozó efféle korlátozásokat egyfajta verbális higiéniai gyakorlatként (Cameron 1995: 33–78), az alkalmazottak beszédének felülről jövő stilizálásaként mutatja be (Cameron 2001: 217). Emellett kifejti, hogy ezen nyelvi normát meghatározó korlátozások a dolgozók verbális választásait oly mértékben leszűkítik, hogy nem lehetséges számukra a „stilisztikai ágensként” (Eckert 1996) való fellépés. A mi tapasztalataink azonban a fent említett kutatástól eltérő eredményeket mutattak, amely a dolgozók ellenőrzési módjának különbözőségéből fakadhat. A Cameron által vizsgált telefonközpontosok munkavégzését folyamatosan rögzítik, a vezetőség számára

lehetőség adódik az operátorok munkáját szimultán és visszamenőleg is ellenőrizni. Azonban az általunk megfigyelt gyorséttermi dolgozók kiszolgálásának ellenőrzése csak azzal egyidejűleg folytatható: a vezetők csak akkor kaphatnak pontos képet a dolgozók teljesítményéről, ha ők maguk is jelen vannak a munkavégzés közben, mely egyéb ellátandó feladataik miatt szinte kivitelezhetetlen. Ezt a hiányosságot a központi vezetőség azzal igyekszik kiküszöbölni, hogy titkos vásárlókat alkalmaz, akik nagy motivációt jelentenek a dolgozók számára a minőségi kiszolgálás és a sztenderd fenntartásában.

Amiről Cameron (2001) nem tesz említést, hogy a sokhelyütt zavaró korlátozások ellenére a sztenderd lehet pozitív megítélésű is a dolgozók körében. Amellett, hogy az alkalmazottak néha csak a vezetőség kedvéért tartják be a szabályokat, a kasszások az interjúkban mégis arról tettek említést, hogy a mindennapi munkavégzés során sok helyzetben segítségükre van a preskriptív nyelvi norma. Mivel számos esetben rendkívül szűk időkorlát áll rendelkezésükre egy-egy kiszolgálási szituáció lebonyolítására,¹⁰ ezért a sztenderd rutinszerűségével biztonságot és hatékonyságot szavatol számukra. A forgatókönyv használatával nem kell gondolkodniuk a rendelésvétel során felmerülő kérdések és folyamatok sorrendjéről, nem okoz problémát számukra választékosan és udvariasan megnyilvánulni vagy kezelni a kevésbé problematikus konfliktushelyzeteket. Egyes dolgozók még arról is tettek említést, hogy a sztenderd által betanult választékos kifejezések a hétköznapiakban is hasznukra válnak. Egyik interjúalanyunk így nyilatkozott erről:

„El kellett lesnem a kollégáimtól, hogy hogyan fogalmaznak. Eleinte nem igazán tudtam, hogy, hogyan kérjem meg a vendéget, hogy álljon félre, vagy foglaljon helyet, és akkor kiviszem [a rendelést], hogy hogyan kell ezt szépen megfogalmazni neki, de most már szerintem örökké a része lesz a nyelvezetemnek. [...] A sztenderd leghasznosabb része, hogy nem kell azon gondolkodnod, hogy hogyan fogalmaz. Eleinte ez, mint mindenkinek, nekem is új volt, meg kellett szoknom, hogy szépen fogalmazzak. Eleinte egy csomót gondolkodtam rajta, meg hülyén éreztem magam, hogy nem szépen fogalmaztam meg nekik, hanem csak így tők egyszerűen, nem voltam elég udvarias. A sztenderd tehát segít, főképp drive-on, ahol ugyanez a sztenderd szöveg van. Azt így egyből megtapasztaltam, amikor az embernek hatfelé áll a feje, azt sem tudja, hogy mit csinál, de legalább azon nem kell gondolkodni, hogy most jó napot vagy jó estét van éppen, tehát ez tényleg nagyon hasznos. Annyival jobban hangzik, és

¹⁰ Az időkorlát is a sztenderd része: két és fél perc a rendelés felvételével, a termékek kiadásával és a fizetéssel együtt.

ha [a vendég] rosszkedvű, fáradt, vagy sokat várt, akkor lehet, hogy jobban esik neki egy ilyen szépen megfogalmazott mondat annál, mint hogy »Üljön le!« Lehet, hogy úgy érzik, hogyha csak ilyen egyszerűen fogalmaz az ember, mintha leráznák, hogy »Jó, menjem már innen! «»

A sztenderd megítélése tehát az alkalmazottak között kettős természetű: mind tudatosan, mind szándékolatlanul bizonyosságot adnak arról, hogy a preskriptív nyelvi ideál egyszerre jelent korlátot és biztonságot is számukra. Míg egyes munkavállalók szándékosan kiforgatják a sztenderdet és fellépnek ellene,¹¹ addig például a férfiak nyelvi előírásokról alkotott véleménye és annak megvalósítása között teljesen tudattalanul olyan ellentét feszül, mely a sztenderdet mint kvázi korlátot jeleníti meg. A stílusnorma pozitív aspektusáról is elmondható ugyanez a dichotómia. A dolgozók teljes mértékig tisztában vannak a rájuk szabott nyelvi viselkedés kedvező tulajdonságaival, mely állításaikat szándékolatlanul is megerősítik azzal, hogy azokban az esetekben, amikor a sztenderd választási lehetőséget kínál számukra, bizonytalanságot mutatnak. Ez a helyzet áll fenn például a középkorúak megszólításának ingadozásánál a tegező és a magázó formák között, vagy a fiatalabb vendégek köszöntésében adott engedménynél,¹² melyet az alábbi „félresikerült” üdvözlés is prezentál: „*Tessék! Szia! Parancsoljon!*”

A sztenderd eddig tárgyalt jellemzői mellett lehetséges a stílusnormának genderszemponitú leírása is. Cameron Robin Lakoff (1975) nyomán A munkavállaló stilizálásában az általa vizsgált brit telefonközpontosok stílusnormáját egy női gender-markerek által leírható nyelvhasználatként aposztrofálta, mivel a sztenderd jellemzői között többnyire olyan elvárások szerepeltek, melyeket a társadalom leginkább a nők beszédével és viselkedésével szemben állított fel (2001: 224–233). Mary Talbot (2003/2011) és a feminista kritikusok (Cameron 1992, Talbot 1998) rámutattak, hogy a nők sztereotipikus interakciós stílusa megfeleltethető a hagyományosan nőknek tulajdonított szerepeknek, amelyeket a gondoskodás, együttérzés, meghallgatás, kapcsolattartás, támogatás, viszony és bizalmasság fogalmakkal jellemeztek (Talbot 2003: 95; Holmes–Stubbe 1993: 574, Hall 1995). Ezek alapján azt állíthatjuk, hogy a cég egy üzletpolitikai döntésnek alárendelve „a preferált női beszédminták hegemonikus konstruktumaként” alkotta meg a sztenderdet (Talbot 2003: 98). Tehát a sztenderd olyan nyelvi és nem nyelvi elemei, mint a gondoskodást kifejező udvariassági szófordulatok, a lankadatlan figyelmet sugárzó visszajelző szavak és kérdések, a

¹¹ Ezt a kérdést a következő fejezetben fejtjük ki részletesen.

¹² A vezetőség megengedi a dolgozók számára, hogy a feltűnően fiatal vásárlókat tegező formában köszöntse és szólítsa meg.

bizalmasságot, intimitást biztosító metanyelvi kifejezőeszközök – a mosolygás és a folyamatos szemkontaktus – a nőiség olyan hagyományos képét festik le, mely a dolgozó szexusától függetlenül a klasszikus kiszolgáló (női) szerep megidézésével piaci sikerek eléréséhez segíti a vállalatot.

Mivel itt a női beszéddel kapcsolatos társadalmi elvárások határozzák meg a sztenderdet, és nem a nők biológiai neméből adódó interakciós jellemzők (már ha beszélhetünk ilyenekről), ezért nem lepődhetünk meg azon, hogy nemcsak a férfiak, hanem a női dolgozók is ellenállási stratégiákat dolgoznak ki a stílusnormával való azonosulási problémák feloldására.

2. „Mint tűzzel a tűz meghűsíthető” - a kasszások egyéni homlokzatvédelmi stratégiái

„And falsehood falsehood cures, as fire cools fire
Within the scorched veins of one new-burn'd.”
(Shakespeare, King John)

Az előző fejezetekben már tettünk arról említést, hogy a sztenderd nyelvhasználat előírása azért szükséges a vezetőség részéről, mert a kasszások kiszolgálásának a minősége a cég legfontosabb reklámmédiuma. Mivel a dolgozó nyelvhasználatát a vállalat a brand részeként kezeli, ezért a kiszolgálási interakcióban annak összes nyelvi és nem nyelvi elemét azon célnak rendelik alá, hogy a vásárlóban felépítsék a cég arculatáról alkotható lehető legpozitívabb képet. Tehát ebben az esetben nem csupán az az elvárás a dolgozóval szemben, hogy a szabályokhoz igazodva kiszolgálja a vendéget, hanem hogy – ezen felül – szívélyes viselkedésével újbóli visszatérésre ösztönözze a vásárlót.

Azonban a vállalati norma érdekei és a dolgozó egyéni tűréshatára – mint arról már az előzőekben említést tettünk – nem minden esetben fedik egymást. Ez a látszólag megoldhatatlan helyzet eleve ellentmondásos szituációba sodorja a munkavállalót: döntenie kell arról, hogy interakciói során saját vagy a cég homlokzatát vegye-e inkább figyelembe. Néhány esetben (pl. konfliktushelyzetekben) ez a probléma olyan szélsőséges formákat is ölthet, hogy a kasszásoknak arról kell határozniuk, önérzetüket vagy munkahelyüket tartás-e meg.

A Cameron (2001) által vizsgált brit telefonközpontosokban az ellenőrzés mértéke miatt az egyéni választás kérdése fel sem merülhetett. Esetünkben azonban azt tapasztaltuk,

hogy a gyorséttermi dolgozók olyan kreatív ellenállási stratégiákat fejlesztettek ki saját homlokzatvédelmükre (Goffman 1959/2000), melyek művelése során képesek privát érdekeik érvényesítése mellett a cég arculatát is megfelelő színben feltüntetni.

A következőkben a fent említett gyakorlatok három típusát szeretnénk bemutatni, melyek bár hatásmechanizmusukban sok hasonlóságot mutatnak, indítékaik és felhasználási módjuk különbözősége miatt azonban érdemes több lépésön keresztül megismerni őket.

2.1. A túlstilizálás mint a nemi alapon való diszkrimináció nyelvi produktuma

Arról már szót ejtettünk az eddigiekben, hogy a sztenderd stílusideálként is leírható, melyet a cég a dolgozói nyelvhasználatával szemben állít fel, és különböző marketing célokat szolgáló, genderalapú maximákban határoz meg (Cameron 2001: 217).

Már abból a munkáltatói gesztusból, hogy „reklámfelületként” használják saját alkalmazottaik testét és nyelvi kifejezőeszközeit, következtethetünk arra, hogy ennek a stílusideálnak a megalkotásakor a piaci érdekek mellett nem vették figyelembe a sztenderd alkalmazhatóságának dolgozói aspektusát. Ez alapján elmondhatjuk, hogy a dolgozó munkavégzése során minden egyes kiszolgálási szituációban egy olyan felette álló csoport stilisztikai döntéseit kénytelen alkalmazni nyelvhasználatában, akik közvetlenül soha nem vettek részt kiszolgálási interakciókban, és ezért csupán teoretikus szinten tudnak erről gondolkodni. Tehát az a felsővezetői és egyéb kívülállókból álló team, akik évtizedekkel ezelőtt a külföldi minta alapján létrehozták a sztenderdet, egy elméleti síkon működő, piacilag hatékony nyelvi stílusnormát állítottak össze, amelyben a humánfaktort vették legkevésbé figyelembe. Ugyan az elmúlt évben történtek változások ennek a tényezőnek a javítására – például nem kap a coaching során megrovást az a kasszás, aki azért nem ajánl többféle terméket a vendégnek, mert úgy ítéli meg, hogy ügyfele siet, vagy hangulatából fakadóan nem reagálna jól a folyamatos kérdezgetésre – de ezen enyhítések ellenére se lett a kasszásoknak (személyes szempontból) könnyebb feladat a brand rezonőrijének szerepében működni.

Az interakciós stílus dolgozói problematikussága ott kezdődik, hogy ezt az inkább elméleti, mint praktikus nyelvi normát olyan emberek kérik számon rajtuk, akik sose kényszerültek azt a beosztottaikhoz hasonló, monoton módon alkalmazni, így annak

gyakorlati nehézségeivel sincsenek tisztában.¹³ Ezek tudatában nem meglepő, hogy a dolgozók verbális ellenállási stratégiát alakítottak ki a fent leírt paradox helyzet feloldására.

Akkor keltette fel figyelmünket ez a jelenség, amikor egyikünk egy kiszolgálást javító tréning során beszélgetésbe elegyedett az azt tartó pszichiáterrel, aki az eseményt megelőzően, néhány hónapon keresztül megfigyelte a kasszás dolgozókat munkavégzésük során. A tréner arról számolt be, hogy a kasszás lányok egy rendkívül egyedi, éneklő intonációt alkalmazva kommunikálnak a vendégekkel, amelyet valószínűsíthetően a drive-os (autós) kiszolgálóktól vettek át, akik munkájában nagy szerepet játszik a hanggal való fokozott játék.¹⁴

Ekkor kezdtünk el foglalkozni az ehhez hasonló esetekkel, melyekben a kasszás kiszolgálók a sztenderd stílusideálhoz képest jelentősen túlteljesítik feladataikat, a természetes nyelvhasználatukhoz képest stilizált normát további stilizálási folyamatoknak vetik alá, ezzel a lehető legnagyobb mértékben elidegenítve munkahelyi nyelvhasználatukat a személyes idiolektusuktól. Megfigyeléseink arra az eredményre vezettek, hogy a sztenderdben előírt „mosolygós hang” helyett használt éneklő intonáció mellett a kasszások a túlstilizálást munkahelyi nyelvhasználatuk további elemeire is kiterjesztették. A termékek érzékletes leírása jegyében, melyet szintén a drive-os kiszolgálóktól vettek át,¹⁵ a jelzős és a határozós szerkezeteket egymásra halmozzák (pl. *a burgonya mellé, a rendelés mellé, desszertnek, friss, ropogós, finom, ízletes, pikánsan füstös*). Több udvariassági szófordulatot használnak az elvártnál, például a köszönési és elköszönési formulák esetében, melyek az interakcióik során egymásra torlódva jelennek meg („Üdvözlöm a xy étteremnél! Jó estét! Miben segíthetek?”, „Parancsoljon! Köszönöm a türelmet! Viszontlátásra! Szép napot!”). Ha tehetik, a kasszások inkább a formális regiszterhez kapcsolódó kifejezéseket részesítik előnyben a köznyelvi vagy tájnyelvi szavak ellenében (pl. *burgonya* a krumpli helyett, *fagylalt* a fagyí helyett). Emellett kötelező ajánlásait, a megfelelően udvarias hangnem érdekében, feltételes módú igealakok

¹³ Az üzletvezetővé válás ennél a vállalatnál nincs munkatapasztalathoz kötve, így sok menedzser a vállalati számlárlétrán való felkapaszkodást kikerülve, egy pár hónapos „gyorstalpaló” tanfolyam után lesz akár több éves rutinnal is rendelkező dolgozók főnöke.

¹⁴ A pszichiáter a tréninghez készített írásos útmutatóban fent leírt tapasztalatát a „mosolygós hanghoz” képest hibásan használt intonációként tüntette fel, hiszen a vállalati sztenderd szigorúan nem ezt írja elő. Azonban személyesen megjegyezte, hogy egyáltalán nem tartja ezt kiszolgálási hibának, mert egy bizonyos *bájt* kölcsönöz a kiszolgáló személy verbális viselkedésének.

¹⁵ Mivel az autóból rendelést leadó vendégek nem szembesülnek olyan mértékű vizuális reklámanyaggal, mint az étterembe betérő vásárlók, ezért a drive-os kiszolgálóknak igyekezniük kell ezt az elveszett manipulációs médiumot verbálisan helyettesíteni.

segítségével teszik fel, egyfajta „tartózkodó kérelemként”. Ezt a verbális stratégiát a szuggesztív eladás érdekében alkalmazzák, melynek célja, hogy a manipuláció ellenére a vásárló úgy érezze, hogy ő döntött, ő választotta az ajánlás során elfogadott terméket. A kasszások túlstilizált nyelvhasználatát a következő feljegyzett példamondat több elemében is megfelelően prezentálja: „Szósz a burgonya mellé, vagy egy finom csoki öntetes fagylaltot desszertnek a rendelés mellé ajánlhatok?”

Túlstilizált nyelvi jellemzők	Példák
Éneklő intonáció	a mondat közepén emelkedő hanglejtés
Halmazott jelzők és határozók	<i>finom, izletes, frissítő, pikáns, füstös, extra vastag, prémium, a rendelés mellé, a burgonya mellé, desszertnek</i>
Halmazott udvariassági formulák (pl. köszöntésnél, búcsúzásnál)	<i>Üdvözlöm a xy étteremnél! Jó estét! Várom a rendelését.</i> ”, „Parancsoljon! Köszönöm a türelmet! Viszontlátásra! Szép estét!”
Formális regiszter preferálása a köz- vagy tájnyelvvel szemben	<i>burgonya – krumpli; fagylalt – fagyis; filé, húspogácsa – hús; üdítő - innivaló</i>
Szuggesztív eladást segítő szófordulatok és -alakok (pl. feltételes mód)	<i>ajánlhatok, adhatok, „Szeretne/kér még egy xy-t a rendelése mellé?”</i>

3. ábra A túlstilizálás jellemzői

A fent bemutatott nyelvi viselkedésformát minden esetben csak nőknél tapasztaltuk, melynek okát a nemek szerint különböző társadalmi elvárásokban véljük felfedezni. Gyűjtéseinkből és a kiértékelt statisztikai adatokból arra a következtetésre jutottunk, hogy a férfiak azért nem kényszerülnek a sztenderd túlstilizálására, mert a vezetőség az egyszerűbb interakciós normák betartására se kötelezi őket (l. mosolygás): ha a stílusideál nem valósul meg, akkor azt felnagyítani se lehetséges. Egy megkérdezett női vezető így nyilatkozott a férfiakkal szembeni elvárásairól a mosolygással kapcsolatban:

„Máshogy vannak összerakva a férfiak, mint a nők. Tudnak mosolyogni, hogyha akarnak, de például az Ádám, akivel beszélgetek, na, hát neki még rosszul is áll, ha mosolyog. Na, hát ő nem az a típusú ember, akinek hű, de sok életkedve van, és vidám, és »mosolygok mindenkire«. De hát nekem ez egy alap. Alap, hogy mosolygok. Szerintem én már azóta mosolygok, hogy megszülettem. De a férfiaknak talán még más úgy az arcberendezése. Ott van például a Tomi: ő nagyon jó drive-os, nagyon jó kasszás, de mégse az a hű de... inkább udvarias, az Ádám is inkább udvarias, de nem mosolyognak...”

Másfelől, ha egyes férfiak a fent elmondott sztereotípiák ellenére mégis képesek megfelelni a sztenderd által előírt szerepnek, és betartják azt, az a külső szemlélő számára nagy meglepetést kelt. Ha egy férfi megvalósítja a hagyományosan a társadalom által nőknek tulajdonított kiszolgáló szerep legalapvetőbb jellemzőit (pl. udvariasság, kedvesség, alázat verbális kimutatása, mosolygás), akkor az a sztereotip maszkulin specifikumoktól való eltérése miatt nagy figyelmet és csodálatot vált ki a külső, ellenőrző személyekből. A titkos vásárlói értékelések során csakis a férfi kasszások jellemzésénél olvashatunk olyan emocionálisan telített, túlradó kifejezéseket, mint a *legtökéletesebb kiszolgálás, a kiszolgálók gyöngye, levesz a lábamról a mentalitásával, minden tekintetben profi, példaértékű, végtelenül kedves*, pedig a nők is hasonló arányban kaptak 100%-os minősítést.¹⁶

Bár százalékos arányban a férfiakhoz képest nem sokkal maradtak el a női kasszások az álvásárlók értékeléseiben, a velük szemben tanúsított társadalmi diszkriminációt a szöveges értékelésekből nyert adatokkal mégis alá tudjuk támasztani. Erősen pejoratív értelmű kifejezéseket, mint a *bunkó, nyers, ellenszenves, kiábrándító, robotszerű, erőltetett, flegma, lehangoló* többnyire vagy szinte csak a női dolgozók értékeléseiben találtunk.

Az elvárások különbözőségei akkor váltak a legszembetűnőbbé, amikor két hasonló jelenséget tudtunk egymással összevetni, ez esetben a humor megjelenését a férfi és női kasszások nyelvi viselkedésében. Az oktatói könyvek tartalmazzák ezt a kitételt a kasszások nyelvhasználatával kapcsolatban, mégis amikor egy női kasszás élt humoros szófordulattal („*Megkérdeztem, hogy kaphatok-e kézfertőtlenítő kendőt, erre ő közölte, hogy »Hogy a viharba' ne!«*”), akkor negatív értékelést kapott emiatt, és tiszteletlenségnek tartotta részéről a titkos vásárló a vicces megszólalást. Ezzel szemben, amikor egy férfi dolgozó élt hasonló

¹⁶ Összességében ezt a tendenciát támasztja alá, hogy véletlenszerűen kiválasztott 55-55 darab titkos vásárlói értékelés összevetésénél a férfiak megközelítőleg 6%-kal magasabb arányt produkáltak.

formulával („...laza, jópofa stílusban közli, hogy »Na mesélj, mit adhatok!«”), akkor azzal kiérdemelte a *kiszolgálók gyöngye* titulust.

Tehát a kiszolgáló szerep teljes odaadással való megvalósítása olyannyira természetes elvárásként jelentkezik a külső szemlélő számára, hogy ha a kasszas lány valamilyen oknál fogva nem teljesíti tökéletesen, akkor csakis „*Botrány!*” minősítésben részesülhet. A társadalmi sztereotípiák hatása a vezetőség elvárásaira is rányomja a bélyegét: maguk a férfi dolgozók nyilatkoztak arról, hogy sokkal szigorúbban számon kérik a nőkön a sztenderdet, mint rajtuk.

A körülmények ismeretében már érthető, hogy miért alakítottak ki a kasszasor női dolgozói egy hipersztenderdet: ha a berögzült praktikáik segítségével folyamatosan túlteljesítik a vállalati normát, akkor azzal megóvják magukat a vezetőség dorgálásától.

A túlstilizálás indítékainak kibontásán keresztül annak lehetünk tanúi, hogy egy kezdetben vezetőség felé tett ironikus gesztus miként válik egy egyéni homlokzatvédelemre is alkalmas verbális kiszolgálási praxissá. A hipersztenderd ironikus konnotációját abból feltételezzük, hogy megfigyeléseink szerint a dolgozók gyakran teszik nevetség tárgyává egymás között a kasszasok által használt regisztert. Mind a kollégák, mind a felnagyított sztenderd alkalmazói a kiszolgálási szituáció után sokszor viccelődnek a kasszás lexikai eszköztárán: például azon, hogy a dolgozók között használt rövidített vagy becézett terméknevek helyett a gyakran 3-4 tagú teljes megnevezést használják. Társai együtt mosolyognak a kiszolgálóval azon, amikor hirtelen átvált a vendégekkel használatos sajátjához képest magasabb fekvésű, éneklő intonációjú „hangjára”. Emellett például a kasszasorhoz képest informális nyelvhasználatú konyhán az ott dolgozók a kasszással karöltve gúnyolják ki a gyakran használt formális burgonya kifejezést a különböző tájnyelvi szinonimák és homofonikus szavak asszociációjával:

KONYHÁS1 *Kell krumpli?*

KASSZÁS LÁNY *Igen, süljön egy kosár burgonya!*

KONYHÁS1 *Egy kosár tarhonya?*

KASSZÁS LÁNY *Nem, pityóka!* [nevet]

KONYHÁS2 *Rendben, máris sül a kolompér.* [nevet]

Bucholtznál is olvashatjuk, hogy miként használják az amerikai *nerd*ök pozitív identitásgyakorlatokként az amerikai angol szupersztenderd és hiperkorrekt nyelvváltozatait (1999/2001; 2002/2011). A mi vizsgálatunkban azonban a túlstilizálás a bucholtzi értelemben

negatív identitásgyakorlatként értelmezhető, hiszen a sztenderd felnagyításának ironikus gesztusával a kasszások azt akarják megmutatni, hogy ők elhatárolódnak ettől a nyelvhasználattól, akik megszólalnak, azok valójában nem így beszélnek a hétköznapiakban.

Amíg a sztenderd nyelvhasználat vezetőség általi folytonos betartatása és ellenőrzése egy viszonylag passzív ellenállási módot vált ki a túlstilizálás jelensége által, addig a vállalati normának léteznek olyan elemei, melyek jobban fenyegetik a dolgozók egyéni homlokzatát, így összetettebb megoldásokat kívánnak meg azoktól a kasszáktól, akik a brand építése mellett – asszertív módon – saját érdekeiket is érvényesíteni kívánják.

2.2. Tündibünci kasszások: a szubverzív hipersztenderd

Az általunk vizsgált gyorsétterem-hálózat legfontosabb alapelve, hogy „*A vendég az első!*”, melyet minden dolgozó köteles munkavégzése során szem előtt tartani. Ez az alapkönyvben is lefektetett maxima azonban abba a helyzetbe hozza a dolgozókat, hogy a mindennapi interakciók során fellépő konfliktushelyzetekben nem tudnak ágensként fellépni a vendéggel szemben, esetleges igazukat megvédeni. Az egyéni homlokzat ilyen mértékű kiszolgáltatottsága kreatív megoldások kifejlesztésére ösztönözte a dolgozókat, melyek művelése közben önérzetük, és állásuk biztonsága se kerül veszélybe.

A konfliktushelyzetekben alkalmazott védelmi mechanizmus nem genderspecifikus jelenség, hiszen a nőknek és a férfiaknak egyaránt szükségük van olyan praktikára, mellyel megóvhatják magukat a vendégek személyeskedő támadásaitól.

Alapjában véve elmondhatjuk, hogy a kasszások interjúikban arról nyilatkoztak: a sztenderd eljárás¹⁷ jól alkalmazható azoknak a konfliktushelyzeteknek a kezelésére, amelyeket a dolgozók mulasztása szült, azonban teljesen védtelenül hagyja őket az *ok nélkül kukacoskodó* vagy *mogorva* vendégekkel szemben.

„*Voltunk tréningen is, és azt tanultuk, hogy azt is [a vendégek kötekedését] mosolyogva [kell kezelni], és a vendégnek is igaza van mindig. »Én voltam a hibás. Kárpótlást adhatok érte valakit?« Sokszor ez nehezemre esik, ha nem a vendégnek van igaza, de mosolygok, és azt mondom, hogy »Igen, persze.« Ha én is civilben lennék és ő is, akkor biztosan azt mondanám, hogy »Hát nem, bocsánat, de nincs igazad.«*” (női kasszás)

¹⁷ A sztenderd a LAST-elvet alkalmazza konfliktusok esetén (Listen, Apologies, Solve the problem, Thanks).

„Ilyen nagyobb jellegű probléma nem sokszor adódik. Lemaradt egy-egy ketchup, vagy valami a rendelésből, ilyenek voltak. »Persze, adom, tessék, parancsolj!« De egyébként ilyen nagyobb probléma nem fordult elő. [...] Amikor tudom, hogy nincs igaza [a vendégnek], hát, igazából akkor is igaza van. Igazából én azt nagyon nehezen viselem, amikor tudom, hogy nincs igaza és nekem van igazam, és én ezt nem mondhatom el neki. Ezt nagyon rosszul viselem, de nem mondhatom el neki. Utána inkább elmegyek egy szünetre, szétrúgok egy burgonyás kartont hátul vagy valami, de nem mondhatom neki, hogy »Nincs igazad!«” (női kasszás)

„Néha előfordulnak olyan dolgok, olyan esetek, amikor ez [a LAST] nem nagyon hatékony. Amikor például elkéri [a vendég] a panaszkönyvet. Volt már olyan is, hogy leült az asztalhoz a panaszkönyvvel, de valahogy kimagyaráztam neki. Konkrétan odaül..., állt a sor, mint az állat, konkrétan odaültem mellé, és elkezdtem neki magyarázni, hogy »Bocsi, izé, blabla. Mi a baj? Mibe’ tudok segíteni? Izé« És akkor végül is kaptak egy adag „x terméket”, és akkor visszaadták azt a szart.” (férfi kasszás)

Ezekben az esetekben a munkavállaló, ha meg akarja tartani az állását, akkor szótlanul túrnie kell az őt érő sértéseket.¹⁸ Interjúink készítése közben azonban felfigyeltünk arra, hogy a dolgozók viszonylag egységes¹⁹ ellenállási stratégiát dolgoztak ki az olyan konfliktushelyzetek kezelésére, melyek során úgy érzik, hogy igazságtalan támadások érik személyüket.

Ezen ellenállási stratégia hatásmechanizmusa hasonló alapon generálódik, mint a túlstilizálás: ha a dolgozó átlagon felül teljesít, akkor elkerülheti a további konfrontációt a szituáción belül. Ám amíg a túlstilizálás egy passzív, ironikus színezetű lázadási mód a vezetőség folyamatos ellenőrzésével szemben, addig ebben az esetben az előbbinél egy sokkal aktívabb jellegű demonstrációról van szó, mely a vendégek személyével szemben történik és a hipersztenderd verbális elemeit tölti meg negatív konnotációval működése során.

A fent bevezetett fogalmat szubverzív hipersztenderdnek kereszteltük, mivel a dolgozók annak használata közben egy felnagyított, túlstilizált interakciós stílust vesznek alapul, melyet a beszédaktus során kiforgatnak funkciójából. Ezekben az esetekben arról van

¹⁸ Gyűjtésünk során több kasszás számolt be olyan esetről, melyben a vendég saját értetlenségét a dolgozóra hárította, és hülyének, idiótának nevezte őket.

¹⁹ Azért neveznénk viszonylag egységesnek, mert több egymástól független étteremben is egyaránt alkalmazzák a kasszások, de nincs rá adatunk, hogy mindenhol ezt tennék.

szó, hogy a kasszások konfliktusok esetén semmibe veszik a vendég inzultálását, és nyugodtságot, feltétel nélküli kedvességet sugározva, hipersztenderdet alkalmazva szolgálnak ki. A vásárlók empátiáján múlik ebben az esetben, hogy felismerik-e a kontextus és a kasszás viselkedése között feszülő éles ellentét révén a gesztus valódi funkcióját, és meghátrálnak-e. A stratégia széleskörű alkalmazottságából azt feltételezzük, hogy ez a gyakorlat többnyire eléri célját és sikeresen kezeli a kötekedő vendéget. Ekképpen mesélnek a kasszások az szubverzív hipersztenddel kapcsolatos tapasztalataikról:

„Mivel udvariasaknak kell lennünk, és mivel ha valaki ideges, vagy kötekedni akar, akkor a legidegesítőbb, ha nyugodt, balta arccal nézel fel, és »Igen, csináljuk, csináljuk!«. Csak jóindulatúan bólogatsz, mosolyogsz, nem követsz el semmilyen hibát...” (férfi kasszás)

„Ezeket nagyon szeretem kezelni, de komolyan. Nagyon szeretek az ilyenekkel foglalkozni, mindig én akarok hozzájuk menni. Én nekem tetszik az, hogy ilyen kedves, aranyos vagyok a vendégekkel, kijövök kasszasorra, és akkor még kedvesebb. Ő neki rossz kedve van, ideges, idejött tombolni és én jókedvűen ideállok hozzá, és értetlenül áll, hiszen ő azért jött, hogy a jókedvemet elvegye. A nagyon bunkó vendégekkel szemben van ebben egy kis cukkolás is. Tudom, hogy mit kell csinálni, gyorsan cselekedek, hogy lássa a vendég is, hogy tenni akarok azért, hogy gyorsan megkapja a rendelését, gyorsan reagáljak az ő problémájára és ki legyen javítva a hiba. Én nem leszek azért bunkó, mert ő is az.” (férfi kasszás)

„Én annyira hozzászoktam ezekhez a vendégekhez, hogy mosolygok csak rajtuk. A vendégnek mindig igaza van. Fülig érő szájjal oldom meg a problémát. Ez még jobban idegesíti a vendéget, de csendben marad.” (női kasszás)

„Utóbbi időben minél nyugodtabbnak maradok, mert annál rosszabbul érzi magát a vendég. Minél kedvesebben, tündibüندibben szolgálom ki, annál jobban idegesítem.” (női kasszás)

A gyakorlat kasszások körében való népszerűségét az is magyarázhatja, hogy célja megvalósulásához nem kell feltétlenül sikerrel végződnie (a vendég abbahagyja a dolgozó támadását), hiszen az a tény önmagában elégtételt nyújt a kasszások számára, hogy valamilyen aktív formában felléphettek egyéni homlokzatuk védelme érdekében, miközben a brand arculatát nem sértették meg.

2.3. A simogató anyai szavak kiforgatása, a felnagyított szubverzív pszeudosztenderd

A dolgozók kreatív önvédelmi mechanizmusait kutatva találkoztunk egy esettel, mely az alkalmazója stilisztikai ágenciájának mértéke miatt, az egyén és a brand együttes védelmének keskeny határmezsgyéjén egyensúlyozott. Míg a szubverzív hipersztenderd használatának csak opcionális velejárója volt a vendég homlokzatának megsértése, addig a most bemutatni kívánt stratégia ezt szükséges célként hordozza magában. A résztvevő megfigyelés közben tapasztalt esetet ekképpen jegyezte le egyikünk:

„Egy női dolgozóval történt a következő eset, mikor a Drive Thru’ ablaknál dolgozott. Egy törzsvendég, akit jól ismert már minden drive-os „kedvességéről” és autójáról, beállt a mikrofonhoz és többszöri üdvözlés ellenére se volt hajlandó tudomást venni a kiszolgáló jelenlétéről. A drive-os hiába üdvözölte a vendéget különböző módokon legalább négyszer, a mikrofonból csak időről-időre feltörő kacajok hallatszottak. (Közben elkezdtek sorakozni mögötte a további autók.) Öt perc csend után a vásárló hajlandó volt elkezdeni a rendelését, de azt is körülményeskedve tette, mintha nem ismerné az étterem kínálatát. Nyilvánvalóan várta, hogy mikor veszíti el a drive-os a türelmét. A kiszolgáló azonban az idegeskedés és a kapkodás helyett rendkívül nyugodt, kedves attitűdöt vett fel, melyet szinte már affektáló hangon adott elő. (Kicsit úgy, ahogy a kisgyermekkel vagy az értetlen emberrel szokás társalogni.) Ezen a vendég rendkívüli módon felidegesítette magát és felszólította a drive-ost, hogy beszéljen vele „normálisan”. Mikor a dolgozó közölte a vásárlóval, hogy őt szabály kötelezi arra, hogy kedves legyen vele, a szarkazmusra nem tudván hogyan reagálni, a vásárló szó nélkül elhajtott a mögötte álló többi vendég nagy megkönnyebbülésére.”

Az esetet tapasztalva a drive-os által használt egyszerűsített regisztert a következő jellemzők mentén írtuk le: „A dolgozó beszédtempója szabad füllel hallhatóan csökkent, hangfrekvenciája radikálisan magasabb lett, szövegét elnyújtva, gondosan tagolva túlhangsúlyozta.” Tehát itt tulajdonképpen az történt, hogy a dolgozó lexikailag a sztenderdet használva, de funkciójában mégis kiforgatva azt, nevetséges szintig nagyította a vállalati norma szerint a gondoskodás érzékeltetésére vonatkozó szupraszegmentális nyelvi elemeket. Ezek parodisztikus felnagyításával kvázi a végletekig tágította stilisztikai döntéshozatalainak határait a kiskapuk kihasználásával, hiszen mint a túlstylizálásnál tapasztaltuk, a cég egyáltalán nem szabályozza a dolgozók sztenderd használatával kapcsolatos túlzásait.

Ebben az esetben azt tapasztaltuk, hogy a drive-on dolgozó lány módszertanilag összevonta az előzőekben bemutatott két ellenállási stratégiát, és egy harmadikat kreált belőle,

mely egyszerre teszi nevetségessé az elvárt nyelvhasználatot és a kellemetlenkedő vendéget is.

3. Falánkság és Bujaság - a sztenderd által közvetített nőkép

„Szólítá ugyanis az Úr Isten az embert és monda néki: Hol vagy?

És monda: Szavadat hallám a kertben, és megfélemlém, mivelhogy mezítelen vagyok, és elrejtezem.

És monda Ő: Ki monda néked, hogy mezítelen vagy? Avagy talán ettél a fáról, melytől tiltottalak, hogy arról ne egyél?

És monda az ember: Az asszony, akit mellém adtál vala, ő ada nékem arról a fáról, úgy evém.

És monda az Úr Isten az asszonynak: Mit cselekedtél? Az asszony pedig monda: A kígyó ámitott el engem, úgy evém.”

(Ószövetség, Gen. 3:1)

3.1. A láthatatlan szerep és a kasszás prostituálódása

Az általunk vizsgált gyorsétterem-hálózat dolgozóinak sztenderd nyelvhasználatát olyan marketinges stratégiák határozzák meg, amelyek verbális és vizuális elemeken keresztül alkotják meg a sztereotipikusan feminin kiszolgáló személy képét. Ez a hatékony módszer illeszkedik a XXI. századi marketinges mainstream irányvonalába, amely a (női) szexust és szexualitást kihasználva ér el piaci sikereket. A cég reklámmédiumaiban megjelenő kétértelmű szlogenek is szexuális konnotációjú kifejezések („Érezd az ízt!”, „Csábulj el!”, „Engedj a kísértésnek!”, *extra hosszú, extra vastag*), amelyek a befogadó számára elsődleges jelentésük mellett felidéznek egy másodlagos szemantikai mezőt is, ezáltal ösztönözve a vásárlókat az étterem felkeresésére. A cég önmagáról kialakítani kívánt pozitív arculatát nemcsak a plakátok és a reklámok feliratai hirdetik, hanem azok a dolgozók is, akik a kasszasori munkavégzés során közvetlen interakcióba kerülnek a vendégekkel. Ahogy a korábbi fejezetekben már tárgyaltuk, a dolgozóknak saját idiolektusuk háttérbe szorításával a vezetőség által előírt stílusnormát kell használniuk a vásárlókkal szembeni diskurzusaikban, mely által a kasszások nyelvhasználata is az eladni kívánt termék részévé válik. Ugyanakkor fontos megjegyezni, hogy az elmúlt egy évben a cég arculatváltása során a kasszasori dolgozók külső megjelenésére vonatkozó előírások is részben módosultak. A változások egyik legszembetűnőbb vizuális jellemzői között említendő a nők új munkaruhájának mélyebb

dekoltáltsága, valamint a tekintet korábbi natúr sminkelési gyakorlattal szembeni erőteljes kiemelése.

A nyelvhasználat és a női test áruvá válása azért valósulhat meg, mert a sztenderd által közvetített sztereotipikus női szerep verbális jellemzői összekapcsolhatók az alárendelt, kiszolgáló szerep nyelvi sajátosságaival (vö. Lakoff 1975), amelyeket hagyományosan a társadalom a nők nyelvi viselkedésének tulajdonít.

A dolgozók számára előírt kötelező nyelvhasználat által közvetíteni kívánt értékeket stilizálással hozza létre a cég, amelyről Bell azt a megállapítást teszi, hogy ez egy olyan regiszter, illetve „hang”, amely felhívja performativitására a figyelmet (Bell 1997: 248). A gyorséttermi alkalmazottak esetében ezzel szemben olyan stilizált normáról van szó, amely csak akkor lehet sikeres, ha nem mutatkozik meg szerep mivoltában, vagyis semmilyen módon nem különbözik a dolgozó egyéni nyelvhasználatától elvárt „hangjától”, természetesnek hat. A titkos vásárlói értékelések elemzésekor egyedül a nők esetében találtunk olyan negatív megállapításokat, melyek szerint a nők beszéde több esetben is erőltettnak, őszintétlennek, „túl soknak” hatott, márpedig egy kasszasori dolgozó "performansa" csak abban az esetben lehet sikeres, ha a vendégben fel tudja kelteni annak az illúzióját, hogy előadása nem egy szerep. Ebben a vonatkozásban a gyorséttermi kasszás dolgozók nyelvhasználatát hasonlít a prostituáltak, a szextelefonos-szolgáltatást nyújtó operátorok előadásához, hiszen például a telefonos szex munkások esetében ugyanazok a nyelvi jellemzők konstruálják meg a beszédüket: „femininek” tartott szavak, széles skálán mozgó, „feminin, dallamos” hanglejtés (Hall 1995), „mosolygós hang”, hiperkorrekt nyelvi elemek használata. Míg a sztenderd által megkonstruált „nőies” nyelvhasználat a szextelefonos-operátorok nyelvi jellemzőit idézi fel, addig a létrehozott szerep láthatatlanságával a prostituáltak munkájához hasonlít. Mind a kasszás, mind a szexuális szolgáltatást nyújtó személyek stilizált szerepének a sikere azon múlik, hogy leleplezetlen marad szerep mivoltában, természetes megnyilatkoznak hat.

3.1.A nőiség mint nyelvi konstrukció

Az előző fejezetben láthattuk, hogy a sztenderd a sztereotípiák által hogyan idéz meg verbális eszközökkel egy olyan nőképet, amely a nőiség számos prezentációját magában foglalja – a gondoskodó anyát, az alávetett szolgát és a prostituáltat –, s amelynek eredménye az univerzális „szupernő” mint performansz létrejötte. Ez a szerep kötelező jellegű a nők esetében, míg a férfiak számára lehetőség kínálkozik a választásra.

A férfiak kasszások maguk dönthetnek arról, hogy verbálisan nőként konstruálják-e meg önmagukat, vagy pedig megpróbálnak kompromisszumot kialakítani egyéni maszkulin identitásuk és a cég által megkövetelt kiszolgálói, sztereotipikusan női szerep között. Azok a férfiak, akik a feminin identitást választják, és egy női szerepben pozicionálják újra önmagukat, a sztenderd elvárásait felülmúlva túlstilizálják a beszédüket, vagyis szerepük túljátszásával és maszkulin szexus nyilvánvalóságával egy parodisztikus nőképet hoznak létre, amely a női szereptől való elhatárolódást szolgálja. Megfigyeléseink során talákoztunk olyan férfi vezetővel, aki nemcsak fülig érő szájjal kasszázott órákon keresztül, de még rá is kacsintott néhány vendégre. Az eredményes kasszás fiú a női szexualitás szubverziójával érte el sikereit. A férfiak túlstilizálását illusztrálja például a következő diskurzusrészlet: „*Ez kimeríti az elégséges fogalmát?*”

Azok a férfiak, akik elhatárolják önmagukat a sztenderd nyújtotta nőképtől, azokat – mint már említettük – továbbra se dorgálja meg a főnökük, hiszen a nőkkel ellentétben, velük szemben mások a vezetőség elvárásai. Egy férfi dolgozótól például nem követeljük meg a tartós szemkontaktust az állandó mosolygást. Kiszolgálási stílusuk a következő jellemzőket mutatja:

- gyakori hadarás
- tömondatokban történő kommunikáció: „*Üdítőt, burgonyát mellé?*”
- mondatok végének elharapása, befejezetlen mondatok: „*X forint lesz, az utolsó ablaknál... [tud fizetni]*”
- kevesebb kérdés (a sztenderd szerinti öt helyett legfeljebb kettő)
- a visszajelző mondatok (*igen, rendben*) sürgető intonálása (mondat végén emelkedő hanglejtés)
- jelzős szerkezetek hanyagulása
- irányító, zárt kérdések.

A férfiaknak emellett létezik egy harmadik csoportja, akik külső tulajdonságaik (feltűnő arcszörzet, hiányos fogsor) miatt eleve nem kerülhetnek kasszasorra, számukra az egyedüli elérhető tér, az alacsonyabb presztízzsel rendelkező konyha.

IV. Farkastörvények

A kasszasor nyelvhasználatával kapcsolatban végzett empirikus kutatás során felkeltették figyelmünket a dolgozók egymás között folyó interakciói. További megfigyeléseket kezdeményezve felfedeztük, hogy a cég által közvetíteni kívánt norma, ahogy egy külső kényszeren, a megszabott stílusideálon keresztül alakítja a kasszások nyelvhasználatát, úgy a kiválasztott gyakorlatközösségünk²⁰ belső interakcióira is hatással van. A két oldalról fakadó kényszerek verbális megnyilvánulásainak indítékai ezen felül szoros kapcsolatban állnak egymással: a külső elvárások által létrehozott szituáció indukálja a belső nyelvi helyzet mozgatóit.

Ennek az összetett ok-okozati rendszernek a kialakulása, mely meghatározó erővel alakítja a vizsgált gyakorlatközösség tagjainak privát interakcióit, esetünkben egy üzletpolitikai döntésből eredeztethető, mely szerint csakis női dolgozók oszthatók be kasszasori (kasszás, drive-os) pozíciókba. E szankció következtében kutatásunk megkezdésekor már csak egyetlen olyan férfit találtunk a gyakorlatközösségben *a régi rendszer megtűrt maradványaként*, aki kasszasoron is dolgozhat.

Ebben az esetben tehát arról van szó, hogy a munkáltató biológiai alapon sztereotípiákra támaszkodva (*a nők a szebbik nem*) diszkriminálja a férfi dolgozókat, és a konyhát határozza meg számukra kizárólagos munkaterületként. Ennek a megkülönböztetésnek valós alapjai nincsenek, hiszen a titkos vásárlói értékelések országszerte azt mutatják, hogy a férfi kasszások nem maradnak el teljesítményben a női dolgozóktól,²¹ viszont diszkriminálja mindkét nem képviselőit. A férfiak így kiszorulnak egy pozícióból, munkavégzésük az átlagosnál is monotonabbá válik, de ezen felül hatalmi előnyöktől is megfosztja őket ez a döntés. A *sebbik nem* nőiségét pedig áruként kezelik, kvázi prostituálják a kasszás lányokat. Interjúinkban a vezetők egyáltalán nem titkolták ennek a folyamatnak a megkülönböztető jellegét, és emellett még további sztereotípiákkal is megtámogatták a szabály szükségességét:

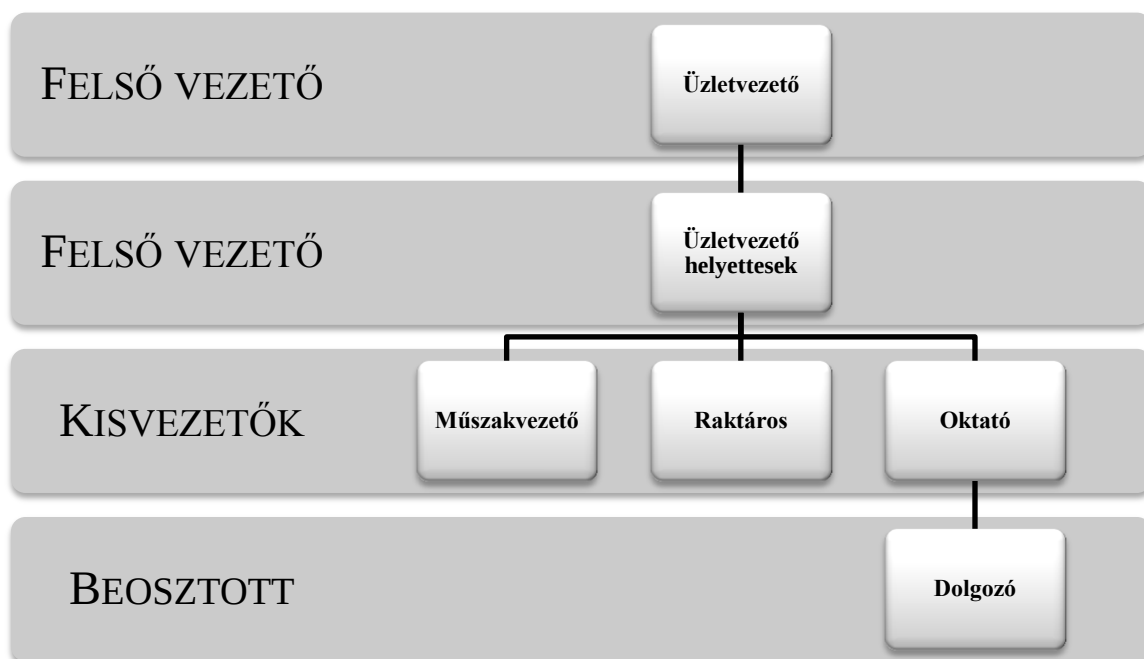
²⁰ Egy kiválasztott étterem délutános műszakja.

²¹ Sőt, a titkos vásárlói értékelésekben, 55-55 darab véletlenszerűen kiválasztott értékelés összevetésénél a férfiak a kasszasori pozíciókban átlagosan 5,57%-kal kaptak jobb értékelést, mint a női kasszások vagy drive-osok.

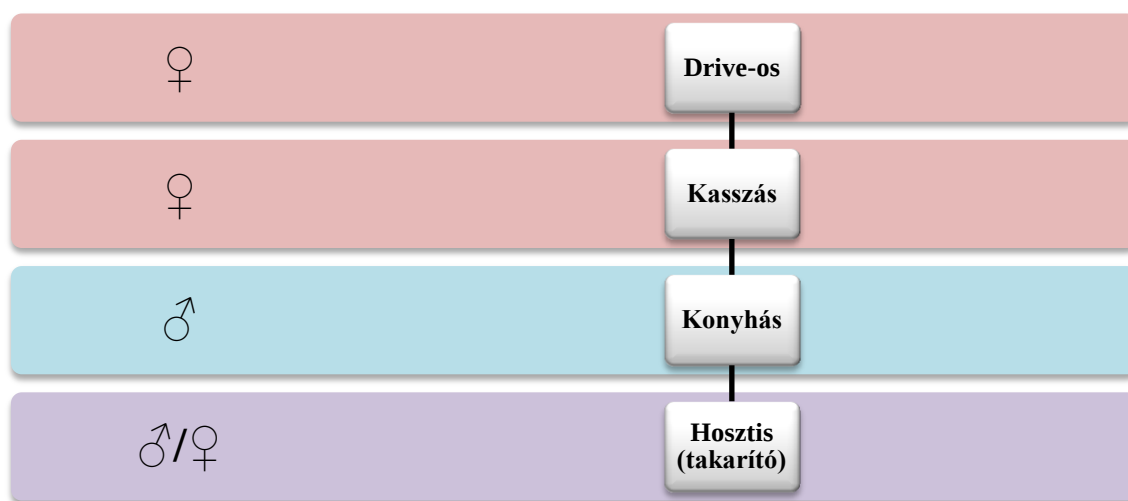
„Hozzánk több pasi jár, [...] inkább a lányokat szeretik. Tehát volt fiú kint délben, hétfőtől péntekig, csúcsidőben kasszán [...] hát, ööö, és nem igazán szeretik. Tehát inkább a szép kislányokat, mosolygós kislányokat. Tehát vannak, akik így bejönnek sokan és húsz percre feldobja a kaja meg a szép kislány is.” (női vezető)

„A linkséghez van köze. A fiúk azok hajlamosak az indulataikra hagyatkozni. [...] Nálunk, ha egy fiú bedühödik, idézőjelbe', bedühödik egy vendégre, onnantól irányíthatatlan. Tehát a vendégpanaszoknak is szerintem a legnagyobb százaléka az fiúktól származik, nem lányoktól, mert a lányok, azok valamennyire lekezelik ezeket a dolgokat. Meg hát a vendégek is másképp beszélnek egy nővel, mint egy férfival. Valahogy máshogy kezelik őket. A nő ehhez már hozzászokott [a kötözködéshez]. Most ez így csúnyán hangzik, de szerintem egy nő jobban hozzászokott ahhoz, hogyha esetleg kihívóbban viselkednek vele, mint egy fiú, mert ők azért tudjuk mennyire önérvényesek.” (női vezető)

Tehát a nemi alapon történő diszkriminációval nemhogy elzárják a nyelvi kihívásai miatt nagyobb belső presztízsnak örvendő pozícióktól a férfiakat, de azzal, hogy sose tanulhatják meg a kasszasori munkavégzés ismerveit, megakadályozzák őket a ranglétrán való előrejutásban. Ugyanis annak, aki normál dolgozóból kisvezetővé szeretne előre lépni, annak ismernie kell az összes éttermi pozíciót. A vezetőség ezzel veszélyezteti a férfi dolgozók maszkulin identitását, hiszen egy társadalmilag nem hagyományos, hatalmilag alávetett pozícióba szorítja őket, és ennek tetejébe még szimbolikus üvegplafont is emel följük (Fox–Hesse-Biber 1984).



4. ábra Az étterem tényleges hierarchiája



5. ábra A dolgozók belső hierarchiája

A konyhás férfiakkal készített interjúk egyik konklúziójaként azt vontuk le, hogy az üvegplafon jelenléte legfeljebb tudattalanul van hatással viselkedésükre, míg a kasszasor körül elhelyezkedő virtuális konstrukció, az ún. „üvegfal” észrevehetően jobban zavarja őket. Az „üvegfal” fogalma alatt azt a hatalmi piramison belül létrejött körülhatárolt belső teret értjük, melybe „egy bizonyos kisebbség már az alsóbb szinteken be tud jutni, a többség azonban kívül reked rajta” (Huszár 2009: 88). Az általunk vizsgált gyorsétterem esetében is ez történik: a nők képességeiktől függetlenül, válogatatlanul kerülnek kasszasori pozíciókba,

míg a férfiak pusztán biológiai meghatározottságuk, reklámcélokra kevésbé alkalmas külsejük miatt kiszorulnak ezekből. Ez a tény az újonc konyhásoktól kezdve, az éttermi hierarchiában feljebb lépni kívánó, törtetőkön keresztül, a hatalmi harcokban már nem érdekelt „veterán” kisvezetőikig minden férfi dolgozót érzékenyen érint:

„[Kiváltság kasszásként dolgozni, vagy büntetés?] *Kiváltságnak kiváltság, csak az a baj, hogy ezt nemre szelektálják, és nem tehetségre. [...] Amikor egyes emberek megszólalni nem képesek a másoknak, alig bírják, hogy ha valaki rosszul szól vissza hozzájuk, és mégis állandóan ott [a kasszasoron] vannak. Mások, akik meg tudnának rá értelmesen válaszolni, lenne bőven mondanivalójuk, hogy ezt megoldják, azok meg nem mehetnek oda.*” („törtető” konyhás férfi)

„*Szerintem hülyeség ez, hogy csak lányok vannak a kasszán. [...] Szerintem marhára nem igaz, hogy a nők jobban tudnak eladni egyes termékeket. Az egész csak megfelelő kreativitáson, a megfelelő választékosságon múlik. Szerintem neked is, meg nekem is tök mindegy, hogy ezt most egy nő vagy egy pasi mondja... szerintem.*” („veterán” konyhás férfi)

A pusztán külsejük miatt diszkriminált férfiak érthető okokból láznak helyzetük ellen. A hatalomtól való megfosztottság különösen azokat a konyhásokat érinti negatívan, akik a jövőben kisvezetői pozíciókra pályáznak. A hatalmi egyensúly visszaállításának érdekében ezek a férfiak megpróbálják újrapozícionálni magukat a belső hierarchiában, melyet azzal érhetnek el, hogy dominanciát szereznek valamely olyan területen, mely minden dolgozót érint, de a vezetőség még nem vonta szabályozás alá. Az egyetlen ilyen területet a dolgozók privát interakciói adják, melyet csak annyiban határoz meg a vezetőség, hogy nem zajlóhatnak a vendégek előtt. Ezzel tulajdonképpen a minimálisra csökken a közösségalkotásra használható terek száma és kvázi a konyhára korlátozódik. Mivel ebben a munkahelyi térben a nemek eloszlása hasonlóan homogén, mint a kasszasoron, ezért a férfiak létszámelőnyükből fakadóan az egységes és következetes fellépéssel könnyen irányításuk alá vonhatják az itt zajló interakciókat.

A hatalmi fölérendeltség hagyományosan maszkulinitáshoz kötött (Hall 1995: 194) nyelvi jellemzőinek alkalmazásával a konyhán levő férfiak létrehozta olyan domináns diskurzusformákat, melybe a gyakorlatközösség összes tagját bevonják, ezzel készítetve őket a hatalmi viszonyok újragondolására.

1. „Megy az oltás” – az interpelláció és a hatalom egyeztetése

„A dolgozók nem várják el a kedvességet.”
(férfi kasszás)

Már a kasszásokkal készített interjúk során találkoztunk néhány olyan válaszadóval, akik mosolyogva meséltek a konyhán történő játékos *szivatások*ról és *beszólógatások*ról (vö. Batár 2007), melyek gyakran külső szemlélő számára kegyetlen, obszcén vagy agresszív formában nyilvánultak meg. Már Penelope Eckert (2003) is beszámolt a serdülőkorú fiúk sajátos interakció-sorozatairól, a szellemes *teasing*-ről (‘cukkolás’), melynek célja a szociális kontroll, a hierarchikus viszonyok megszilárdítása.

A vizsgált gyakorlatközösség belső interakcióit is hegemon formában meghatározza a „férfiasan” kompetitív *teasing*: az egyén csoporton belüli helyét határozza meg a beszédaktusokban tanúsított aktivitásának a minősége és a mennyisége. Az a dolgozó fog a közösség élére állni, aki a legtöbb szellemes beszólást intézi társai felé, és ezzel arányosan az lesz a belső hierarchia legalján, aki néma marad (vö. Gal 1991/2001).

Ezek a beszédaktusok kettős természetűek: egyfelől minden esetben újraegyeztetik a hatalmi viszonyokat, másfelől hatással vannak a csoportidentitást alakulására. A cél megosztottsága a kezdeményező, domináns férfiakkal szemben két alávetett csoportot hoz létre a diskurzusok folyamán, kiknek kiléte a szexus (nő) és a közösség tagjaként eltöltött ideje (munkatapasztalat) paraméterei mentén határolódik körbe, ezáltal létrehozva egyrészt a nőket, másrészt az újoncok alávetett csoportját.

Esetünkben a nők alávetettségének diskurzusok általi megkonstruálása a fent ismertetett körülményekre vezethető vissza, de jelenség elemi meghatározójaként a dinamikus változó közösséget jelölhetjük meg végső soron. Mivel az általunk vizsgált munkahelyen jellegéből adódóan magas a fluktuáció, ezért a közösség „oszlopos” tagjai időről időre azt élik meg, hogy a mindennapi munkavégzésük közben megismert közösség tagjai viszonylag rövid időközönként frissülnek, majd kicserélődnek. Ennek folytán jelennek meg a közösségben a probléma „tűzfészeki”: az újonc kasszás lányok. Ezek a munkahelyre újonnan belépő dolgozók, pusztán azért mert nők, akadálymentesen átléphetik a kasszasor köré épült „üvegfalat”, mely tényező a legfontosabb indukálója a férfiak belső hierarchia elleni lázadásának. Tehát itt megjegyzendő, hogy a férfiak alapvetően nem azt nehezményezik, ha egy nő van hatalmilag föléjük rendelve, hanem azt, ha ez a személy egyrészt inkompetensebb náluk, másrészt megfosztja őket a választás lehetőségétől.

Mint ahogy azt a diskurzusok bemutatásakor látni fogjuk, az új dolgozók szexusukra való tekintet nélkül eleve nőként konstruálódnak meg, kiknek alávetettségükből adódóan nincs joguk „a konyha nyilvánossága” előtti beszédre, osztályrészük elsőként a hallgatás. Mivel még nem tagjai a közösségnek, ezért a beszédaktusokat kezdeményező domináns felek párjaként kezelik, nem szólítják meg a diskurzusaikkal. Később se lesznek jobb helyzetben, hiszen a következő lépcső a csoportba való belépésében, hogy egyfajta beavatásként némán kell túrniuk a csoport tagjainak cukkolását, különben még több megalázást fognak kapni. Mígnem a folyamat végén próbára tételnek: lehetőséget kapnak arra, hogy az interakciókba beszélítve tanúságát tegyék, hogy „tanulói időszakuk” alatt eléggé magukévá tették-e a közösség meghatározott diskurzusformáinak performatív elemeit.

A dolgozók a diskurzusokba való beszélítődésükkel egy olyan dinamikus hálózatba csatlakoznak be, melyben az egyénnek verbális megnyilvánulásai által folyamatosan érzékeltetnie kell a csoporton belül elfoglalt vagy elfoglalni kívánt helyét. Ez az identitásgyakorlat az interpelláció aktusán keresztül történik meg (vö. Althusser 1976; Butler 1993/2005; Horváth 2007). Az interpelláció során a férfiak megteremthetik hagyományosan uralkodói, maszkulin identitásukat a diskurzusok mentén, melyekben olyan „hangjukat” hallatják, mely eltér a tulajdonképpeni hierarchikus alávetettségüktől. Az interpelláció létrehozásával szabályozhatják a közösség tagjainak beszédhez való jogát azzal, hogy nem szólítják be őket a diskurzusokba. Ez történik kezdetben az újoncokkal is.

Az interpelláció által a férfiak megteremtik azt a diszkurzív kontextust, mely a tulajdonképpeni privát szférán belül létrehozza a saját maga „nyilvánosságát”. Ezáltal a férfiak a diskurzusokban egyaránt uralmuk alá hajtának egy virtuális publicitást a hagyományos sztereotíp szerepük szerint (vö. Gal 2001), miközben kontrollt gyakorolnak a dolgozók privát beszélgetésén is, ezzel hozva létre a hegemon uralkodói pozíciót a nyelv által.

Judith Butler a hatalom működésének magyarázatakor említi az interpellációt, mely mint az uralmat jellegzetesen illusztráló aktusként jelenik meg (Butler 2005: 121–123). A filozófus azt hangsúlyozza, hogy a hatalmi helyzetből megszólaló interpellációra létrehozható egy lehetséges reartikuláció, amely „annak hatalmával szemben alkalmazza törvényt, aki azt kinyilvánítja.” (Horváth 2007, 226) Ebből az aspektusból a kasszás dolgozók korábbiakban ismertetett ellenállási stratégiái a vezetőség és a kötekedő vendég sztenderd általi személyes identitást megszólító interpellációjának a reartikulációjaként értelmezhetők.

A továbbiakban a gyakorlatközösség privát beszélgetéseiből feljegyzett főbb diskurzusformákat szeretnénk bemutatni, melyeken keresztül nyomon követhetjük a konyhás férfiak verbális működését.

1.1. A heteroszexualitás diskurzusai

A heteroszexualitás diskurzusai az interpelláció olyan kontextusát képezik, amelyekben (hetero)szexualitás témáját használva a nők alávetettségükön keresztül teremthetők meg. A kezdeményező férfiak a nőkkel szembeni azon feltevésükkel operálnak, hogy esetlegesen tabutémaként megjelenő szexualitást a nők nem lesznek hajlandók a férfiakhoz fogható nyersségében kifejezni, és emiatt hallgatásba burkolóznak, amely a hatalmi alávetettség egyik jeleként funkcionálhat (Gal 2001).

Ezen kihívásokba a megszólított minden esetben kényszerűen bevonódik, hiszen például egy újonc kasszás lány esetében nem feltétlenül a verbálisan megkonstruált hatalmi alávetettségének a kimozdítása a cél – hiszen újonc mivoltának hatalmi alávetettsége eredendő, mivel szóhoz ritkán jutnak, ezért pozíciójuk reartikulációjukra se képesek –, hanem az, hogy egyáltalán befogadtatnak vagy kirekesztődnek a közösségből.

A következőkben egy olyan diskurzust szeretnénk bemutatni, mely a gyakorlatközösségünk három tagja között zajlott le.

Az egyik férfi résztvevő, Mgr. István egy üzletvezető, Ádám mentora a hatalmi ranglétrán való előre lépésben.

Ádám az egyetlen olyan férfi tagja a csoportnak a menedzsereken kívül, aki kasszán is dolgozhat. A közeljövőben műszakvezető szeretne lenni, de dominanciája már kasszás/drive-os pozíciójából kifolyólag eleve adott.

Szabina néhány hónapja csak a közösség tagja, jelenlétét már elfogadták, de „cselekvőképességet” biztosító formulákat még nem sajátította el a beszélgetésekben.

MGR.²² ISTVÁN Szabina, költözz oda Krisztiánhoz! (Krisztián egy volt kolléga, aki nem túl előnyös külsővel és természettel rendelkezik.) Bár... [sz] biztos néhány dolgot be kéne vállalnod.

ÁDÁM Sokat innál... [Szabinának]

MGR. ISTVÁN Minden este saturészegre innád magad, és meg se éreznéd azt az öt centit... [n]

ÁDÁM Azt a másfél mázsát annál inkább! [n]

MGR. ISTVÁN Inkább te legyél felül. [sz] Lesz ingyen trambulínod! [n]

ÁDÁM Vízagy, faszom! [n][Mgr. Istvánnak]

²² Az mgr. rövidítés azt jelöli, hogy a megszólaló egy menedzser, tehát az étterem felső vezetéséhez tartozó személy.

MGR. ISTVÁN Költözz hozzá! Szórom majd a rizst az esküvőtökön, Krisztián meg nyalja fel. [olyan mozdulatokat tesz, ami imitálja a rizs földről való felnyalását]

ÁDÁM Ezért fizetek is, geci, csak hogy láthassam, beleadok. [n][Mgr. Istvánnak]

SZABINA [az lezajlott párbeszéd közben a kasszasoron nevetve vagy undorodottan grimaszolva hallgat]

Ebben az esetben megfigyelhettük, hogy a két férfi egymás mondandóját támogatva, hogyan hoz együtt létre egy kihívást Szabina hírbehozásának verbálisan agresszív aktusa által. Az interpelláció egy meglehetősen durva regiszterrel történik és témája is undort vált ki a beszólított Szabinából (grimaszol). A kasszás lány felmérve egyéni helyzetét, úgy határozott, hogy megkímélve magát a kínosabb beszédhelyzetbe kerüléstől, inkább elfogadta hallgatása által kifejezett legyőzöttségét. Figyelmét azonban jelzi a hatalmilag felette elhelyezkedő férfiak felé (nevet), bár ők nem vesznek róla tudomást, beszélásaikkal inkább egymást szórakoztatják, „lakomát ülnek saját szellemességük fölött”.

A gyakorlatközösség egyetlen domináns női tagjának²³ helyzete viszonylag egyszerű a fent leírt kihívásokban, hiszen elegendő ideje tagja már ennek a közösségnek ahhoz, hogy egyfajta performatív aktusként kezelje ezeket, és akaratától függően hol a domináns férfiakkal egyenrangúként, hol játékosan alávetettként hozza létre magát a közös diszkurzív kontextusban.

MGR. LACI Zsuzsi! Valakinek ki kéne takarítania az öltözőket!

ZSUZSI Jól van, Lacika! Majd valaki megcsinálja, de én tuti, nem fogom kitakarítani! Mert mint tudjuk: úrinő kétkezi munkát nem végez. [n]

MGR. LACI // kétkezi munkát nem végez. [n]

.....

ZSUZSI 170Ft egy hatalmas mogyorókrémes croissant otthon. (Mariannal beszélget a kasszasoron)

MGR. ISTVÁN [csak ekkor jön ki a kasszasorra és a fenti mondatot hallja] Mindjárt bekenem neked mogyorókrémmel, aztán lenyalogathatod róla. [színpadias mozdulattal az ágyéka felé mutogat][n]
Nem kell neked croissant!

ZSUZSI [n] Tudod, hogy én lenyalogatnám, de nem rajtam múlik: Zolika (a barátja) ilyen prúd.

MGR. ISTVÁN [n]

²³ A gyakorlatközösség drive-osa, mely pozícióval a kasszasor mindenkori irányítása is helyzete velejáró.

Az első idézett interakcióban arra láthattunk példát, hogy a férfias interpellációk eszköztárával (a kétértelmű mondatok szemantikai kiforgatásával),²⁴ hogyan interpellálta Zsuzsi a közösség egy belső, közös tudásának a megidézésével a menedzsert, aki eredeti szándékáról megfélelvezve az interakció során általában nőkhöz köthető válasz stratégiát alkalmazott – a nevetés segítségével jelezte elismerését a szellemes citálásért –, s alul maradt a diskurzusban.²⁵

Külön figyelmet érdemel, hogy Zsuzsi az általa használt férfias eszköztár ellenére mindkét interakcióban az alávetett „prostituált” szerepével határozta meg önmagát, annak ellenére, hogy az első diskurzus folyamán ő dominált, és a második során is sikeresen helyt állt. A következő beszédaktus választ adhat az eset miéértjére:

(A következő beszélgetés előtörténete az, hogy Mgr. István-t a titkos vásárló szöveges értékelésben női vezetőként említette.)

MGR. ISTVÁN Rakok egy rendet, mert én ilyen rendes vagyok!

ZSUZSI Akárcsak egy nő.

SZABINA [n]

MGR. ISTVÁN Kapjátok be a faszom, és akkor kiderül, hogy nő vagyok-e! [sz] Ha meg puncim van...

ZSUZSI Grátisba azt is kinyalom!

MGR. ISTVÁN Ez az! [n] [elismerően bólogat] Tudjuk, hogy te egy ribi vagy.

Tehát a domináns nő egyenjogúságát egy „maszkulin” nyelvi jellemzőkkel körülhatárolt, de mégis alapvetően alávetett, prostituált szerep előadásával biztosítja. Sikerének kulcsa a férfiakból elismerést kiváltó nyelvi durvaság, és a nők egy kizsákmányolt csoportjának interpellálása a *ribiség* által. Esetében arról beszélhetünk, hogy a diskurzusokban való hatalmi helyzetének az egyeztetése csupán egy nyelvi játék, hiszen a közösség oszlopos tagjaként és drive-osként a valódi belső hierarchiában betöltött helyzete viszonylag statikus.

²⁴ Példák a 6. mellékletben idézve.

Zsuzsi esetében azt is megfigyeltük, hogy az újoncokkal szemben folytatott interakciókban, a hatalmát úgy igyekszik érzékeltetni, hogy a gender szempontjából szinte férfiként konstruálja meg magát.

(Zsanika munkaideje végeztével éppen enni készül, és éppen a burgonyát lapátolja a tálcájára, amikor Zsuzsi is a burgonyás kád mellé lép, hogy onnan kiszedje a rendelése részét.)

ZSUZSI Zsanika, ha annyi fog hiányozni a két nagy krumplimhoz, akkor megbaszlak!

ZSANIKA [n] Jujj, az jó lesz!

ZSUZSI Zsanika, nem tudtam, hogy te ilyen kis csintalan vagy!

ZSANIKA [heherész] Ááá, dehogy!

1.2. A test diskurzusai

A test diskurzusai hasonló mechanizmussal működnek a dolgozók interakciói során, mint a heteroszexualitás diskurzusai, csak éppen itt a férfiak nem a szexualitás, hanem a test különböző fogyatékoságairól való beszélgetés (kövérség, „törpeség”) során pozícionálják újra hatalmi helyzetüket. A morális rombolás után, a férfiak ezúttal nők önképét veszik célba:

MGR. PISTI Mondjátok meg a Zsuzsinak, hogy ne egyen a drive kuckóban, mert már nincsen nagyobb ruha!

.....

MGR. LACI Zsuzsi már alig várta, hogy jöjjön dolgozni! [nincs ott senki más Zsuzsin kívül, igazából neki intézi a mondatot]

ZSUZSI Miért?

MGR LACI Hogy tudjál falatozni! [n]

.....

ÁDÁM Szerintem zárjuk le a hűtőt! Szabina még nem lakott jól!

MGR. ISTVÁN Már az sem segít! Lerágja a zárat is!

.....

BALI Amióta Szabina és Noémi elkezdett nálunk dolgozni, azóta elkezdett süllyedni az étterem talapzata!

.....

LACI Tiéd lesz mind a három sajtburger, Zsuzsi! De csak hogy kibírd azt a fél órát a kajaszünetedig.

ZSUZSI [megjátszott szomorúsággal] De én nem is szeretem a sajtburgert!

LACI Nem baj, csak hogy kibírd!

ZSUZSI [SZ] [megvárja, amíg Laci elkészíti a sajtburgereket] Most akkor tényleg megehetem? [n]

LACI // [n]

Az utolsó diskurzus kivételével nem sikerült olyan esetet feljegyeznünk, amelyben bármelyik interakcióba beszólított lány tudott volna reagálni az énprezentációja támadása védelmében. Zsuzsit is csak az egyéb diskurzusokban szerzett rutinja tette képessé arra, hogy megtalálja a helyes módját a támadásra való válaszadásnak. A falánkságon keresztül teremtette meg asszertív stratégiáját: miután kellő előadás jelleget sugallva nonverbális eszközeivel csatlakozott a falánkság konstrukciójának létrehozásához, a performansz egy vicces gesztussal való leleplezésével rombolta szét az előzőekben létrehozott kontextust, s ezzel semmissé tette az őt ért vádakat.

A következő eset egy kevésbé sikeres megoldási lehetőséget mutat be:

(A dolgozók a beszédaktus előtt minket kérdezgettek az őket bemutató dolgozat címének jelentéséről, melyről viccelődve elmondtuk nekik, hogy olyan a társas viselkedésük, mint a farkasoké.)

ZSUZSI Tehát olyanok vagyunk, mint az állatok.

ÁDÁM Büszke vagyok magamra.

MESI Akkor olyanok vagyunk, mint egy farka? És ki a farkavezér?

ÁDÁM Hát biztos, hogy nem te, törpe!

MESI Miért nem? A kicsik vezetik előre a népet!

ZSUZSI [Ádámtól kérdezi, nevetését visszafojtva, igazából jól hallotta, az egész kérdés színpadias] Hogy mit mondott?

ÁDÁM Hogy a kicsik vezetik előre a népet. [sz] [körbenéz] Mikor? Hol?

MESI A történelem során.

ÁDÁM [színpadiasan kineveti]

TOMI Megjegyzem, hogy ez igaz. Sok diktátor alacsony volt.

ÁDÁM A törpék gonoszak.

A fent bemutatott esetben az történt, hogy Mesi, az újonc kasszás lány, nem vette észre Ádám azon gesztusát, mikor a csoport által elért eredményt kizárólag önmagának (*magamra*) tulajdonította, ezzel mintegy feleslegessé téve annak a kérdésnek a szükségességét, melyet a farka szó asszociál (farka - farkavezér). Mesi azonban mégis figyelmetlenül feltette ezt a kérdést, annak költői mivoltát és egyben Ádám egyértelmű dominanciáját fel nem ismerve. A közösség hierarchiájának ilyen szinten való megkérdőjelezésének hallatán a csoport egy másik oszlopos tagja sietett a „farkavezér”, és annak a hatalmi rangsornak a védelmére, melyet oly gondosan alakítottak ki diskurzusaik során. (Mesi azzal az egyetlen kérdésével még a csoportidentitást is veszélybe sodorta, hiszen ha nincsen látható hierarchia, akkor nincsenek ennek egyeztetéséről szóló diskurzusok, így nincsenek olyan paraméterek, melyek mentén a csoportidentitást meg lehetne határozni.) Mesi meggondolatlan interakciós lépéséért cserébe azonnal alárendeltként jelenítődik meg *törpeségén* keresztül, azonban semmiféle olyan nyelvi elemmel nem él, amellyel elfogadtathatná ezt a közösség tagjaival, „okoskodásával” csak megosztottságot generál (az Ádámhoz és Zsuzsihoz képest alávett férfi, Tomi, Mesi pártjára áll), így Ádám egy határozott, és kellő fölényt érzékeltető vezetői gesztussal, egy elvont kinyilatkoztatással lezárja a beszédaktust, mielőtt az valós ellentéteket szülne.

1.3. A homoszexualitás diskurzusai

A homoszexualitás diskurzusai egy érdekes színfoltját képezik a dolgozók közötti interakcióknak, hiszen ezek esetében nem a nők hatalmi pozíciójának az aláásása a cél, hanem a maszkulinitás körülbástyázása egy negatív identitásgyakorlat révén. A diskurzusok létrejöttének okát abban látjuk, hogy a gyakorlatközösség egyik perifériás tagja egy identitását nyíltan vállaló, homoszexuális férfi. Az interakciókban résztvevő férfiak a csoport közös tudására építenek ezen gyakorlatok során: mivel feltételezetten mindenki tisztában van azzal, hogy ők nem homoszexuális beállítottságúak, ezért heteroszexuális maszkulin identitásukat nem kockáztatva dolgozhatják fel a meleg férfi jelenlétét a homoszexualitás sztereotip mintáinak megidézésével, és annak nevetségessé tételével.

MGR. ISTVÁN Elmondtad már keresztanyádéknak, hogy buzi vagy? [Ádámnak]

ÁDÁM Még nem, de majd egyszer már beállítok veled!

MGR. ISTVÁN Az jó lenne, nem kéne többet bujkálni. „Kivisszük a szemetet!” [magasabb hangon mondja, majd visszavált a saját hangszínére] Persze, zsák nélkül...

ÁDÁM A zsák, az a fejedre kellene...

MGR. ISTVÁN Kettő kell, hogyha az enyém elszakad, akkor a másikat a te fejedre húzzuk, hogy így se láss engem! [n]

A diskurzus további érdekességét abban rejti, hogy a homoszexuális férfi is létrehozhatja keretein belül a saját és a többiek másságát feldolgozó heteroszexuális, macsó férfi felnagyított sztereotípiájának nyelvi konstrukcióját. A férfi dolgozó ezen gyakorlatait olyan formában valósítja meg, hogy obszcén ajánlatokat sugdos (pl. „*Kinyalhatlak?*”, „*Úgy megbasználak!*”) a lányok fülébe. Kivételt képeznek azok az esetek, amikor hetero férfiak is jelen vannak, mert akkor a fiú nyíltan (hangosan) felteszi nőknek szánt kihívó kérdéseit. Tehát minden esetben az általa megfelelőnek tartott interakciós stílusban hozza létre ezt a hetero férfi paródiát.

2. A dolgozók privát nyelvhasználatának további lehetőségei

Jelen esetben a dolgozat terjedelmi korlátai nem teszik lehetővé az alkalmazottak egymás közötti kommunikációjának további vizsgálati szempontok szerinti bemutatását, de mindenképpen érdemes néhány mondat erejéig szót ejteni ezekről.

Egyik ilyen ki nem fejtett témánk a dolgozók megszólításainak és becézéseinek komplex rendszere, melynek segítségével, akár csak a diskurzusokkal, képesek leképezni a csoporton belül uralkodó hatalmi-rendszer hálóját. Nagy mennyiségű névanyagot gyűjtöttünk össze résztvevő megfigyeléssel, mellyel a közösségen belül megjelenő viszonyrendszert prezentálni tudjuk. Ilyenek például a férfiak egymás közötti tiszteletelvű megszólításai (urazás, Mr. előtag használata, farkastestvér), a domináns nő hatalmi pozíciójából megszólaló kasszás nevek (kislánykák, kisasszonykák, mucsi), vagy az egyenrangú férfi-nő felállást jelző becézések (egyetlenem, nyünyő).

Második lehetőségként ajánljuk figyelembe az interpelláció és a verbális erőszak beszédaktusainak az egymásra vetítését. A nők ellen elkövetett nyelvi bántalmazás a külső szemlélő számára egyértelműen agresszív cselekedetként hathat, esetünkben azonban az erőszak áldozatának aspektusát megvizsgálva árnyaltabb képet kaphatunk az olyan „beszologatós” interakciók működéséről, mint az általunk vizsgálni kezdett interpelláció.

V. Összegzés

Kutatásunkban a gyorséttermi dolgozók nyelvhasználatát kíséreltük meg bemutatni genderközpontú szemlélet tükrében. Elsőként a kasszások által használt stílusnormát vizsgáltuk meg egy tágabb nyelvi kontextusban.

A sztenderd nyelvhasználat egyik sajátos jellemzője, hogy használatát külső kényszerek írják elő és betartásának ellenőrzése szinte folyamatos. A dolgozók azonban a sztenderd vezetőség által nem ellenőrizhető szupraszegmentális eszközeinek nyelvi szubverziójával kreatív ellenállási stratégiákat alakítottak ki, melyeknek három típusát határoztuk meg. Ezen kreatív gyakorlatok a hatalommal szembeni kiszolgáltatott nyelvi helyzetre éppúgy irányultak, mint a kötekedő vendégekkel szemben egyéni homlokzatvédelemre.

A dolgozóknak azonban nem csak a konfliktushelyzetek kezelésével akadtak nehézségeik, hanem a sztenderd által megkonstruált nőképpel való azonosulás is problematikussá vált mind a női, mind a férfi dolgozók részéről. Azonban a férfiaknak a nőkkel szemben megadatott az a lehetőség, hogy stilisztikai döntéseket hozhattak nyelvhasználatukkal kapcsolatban a kiszolgálási szituáción belül: a szakmai sikerek érdekében egy „női” szerepben helytállva végzik el feladataikat gyakran túlteljesítve azt, vagy figyelmüket maszkulin identitásuk és a sztereotip kiszolgáló „női” szerep elhatárolására fordítják.

Azok a férfiak, akik a vezetőség által valamely külső tulajdonságuk miatt „stigmatizáltak” váltak, s emiatt nem kerülhettek kasszasori pozíciókba, az étterem számukra egyetlen fennmaradó terébe, a konyhába szorultak vissza, ahol hatalmi megfosztottságukból adódóan a konyha feletti uralom megragadására tettek kísérletet nyelvi diskurzusaik által. A konyha interakciós stílusát ebből a nyelvi helyzetből adódóan egy kisebb gyakorlatközösségen belül vizsgáltuk, ahol a dolgozók a gyorsétterem belső hierarchiájának szubverziójával, és a másik interpellációba való bevonásával pozicionálták önmagukat. Ezek a hatalmi viszonyok visszaállítására irányuló gyakorlatok egyben csoportidentitást formáló diskurzusok is, amelyek gyakran verbális agresszió által fejeződnek ki, témájuk többnyire a test és a szexualitás.

Ezen ellenállási stratégiák nyelvi kifejezőeszközeinek kutatásakor egy rendkívül izgalmas nyelvi anyaggal találtuk szembe magunkat. Csak remélni merjük, hogy empirikus kutatásunkkal a hazai gender szakirodalom gazdagítása mellett, felhívtuk a figyelmet néhány olyan társadalmi problémára is, mint a nők és a prostituálódás kérdése, a nemi alapon történő diszkrimináció, és a mássághoz való viszonyulás, mely jelenségek alaposan meghatározták kutatásunk főbb irányvonalait.

VI. Felhasznált irodalom

Althusser, Louis 1976. *Idéologie et appareils idéologique d'État*. In: *Positions*. Éditions Sociales. Paris.

Batár Levente 2007. A beszólás mint beszédaktus. *Magyar Nyelvőr* 131/4: 451–464.

Bell, Allan 1997. Style as Audience Design. In: Nikolas Coupland–Adam Jaworski (eds.): *Sociolinguistics: A Reader and Coursebook*. Macmillan. London. 240–249.

Bucholtz, Mary 1999. „Why be normal?": Language and identity practices in a community of nerd girls. *Language in Society* 28 (2): 203–223. Vagy: Bucholtz, Mary 2001. „Minek legyek normális?" Nyelvi és identitásgyakorlatok különő lányok közösségében. Reményi Andrea Ágnes (ford.). *Replika* 45–46: 191–211.

Bucholtz, Mary 2002. From 'Sex Differences' to Gender Variation in Sociolinguistics. University of Pennsylvania *Working Papers in Linguistics* 8.3. University of Pennsylvania Department of Linguistics. Philadelphia. 33–45. Vagy: Bucholtz, Mary 2011. A szociolingvisztikában vizsgált biológiai nemek közti különbségektől a genderváltozatokig Romsics Nóra–Juhász Valéria (ford.). In: Juhász Valéria – Kegyesné Szekeres Erika (szerk.): *Társadalmi nem és nyelvhasználat. Válogatott szemelvények az angol és a német szakirodalomból*. Szegedi Egyetemi Kiadó–Juhász Gyula Felsőoktatási Kiadó. Szeged. 9–20.

Butler, Judith 1993. *Bodies that matter. On the discursive limits of "sex"*. Routledge. New York. Vagy: Butler, Judith 2005. *Jelentős testek. A „szexus” diszkurzív korlátairól*. Barát Erzsébet–Sándor Bea (ford.). Új Mandátum Kiadó. Budapest.

Cameron, Deborah 1995. *Verbal Hygiene*. Routledge. London.

Cameron, Deborah 2000. Styling the worker: Gender and the commodification of language in the globalized service economy. *Journal of Sociolinguistics* 4: 323–347. Vagy: Cameron, Deborah 2001. A munkavállaló stilizálása: Társadalmi nem és a nyelv áruvá válása a globalizált szolgáltatóiparban. Schleicher Nóra (ford.). *Replika* 45–46: 213–237.

Eckert, Penelope 1996. Vowels and nailpolish: The emergence of linguistic style in the preadolescent heterosexual marketplace. In: Jocelyn Ahlers (ed. by et al.): *Gender and belief systems*. Berkeley women and language group. Berkeley.

Eckert, Penelope–McConnell-Ginet, Sally 1992. Think practically and look locally: language and gender as community-based practice. *Annual Review of Anthropology* 21: 461–490.

Eckert, Penelope 2003. Language and Gender in Adolescence. In: Holmes, Janet–Meyerhoff, Miriam (eds.): *The Handbook of Language and Gender*. Blackwell. Oxford. 645–670.

Fox, Mary F.–Sharlene N. Hesse-Biber. 1984. *Women at Work*. Mayfield Publishing Company. Mountain View.

Gal, Susan 1991. Between speech and silence: The problematics of research on language and gender, In: Micaela di Leonardo (ed.): *Gender at the crossroads of knowledge: Feminist anthropology in the postmodern era*. University of California Press. Berkeley. 175–203.

Vagy: Gal, Susan 2001. Beszéd és hallgatás között. A nyelv és a társadalmi nem kutatásának kérdései. Reményi Andrea Ágnes (ford.). *Replika* 45–46: 163–189.

Goffman, Erving 1959. *The Presentation of Self In Everyday Life*. Anchor Books. New York.
Vagy: Goffman, Erving 2000. *Az én bemutatása a mindennapi életben*. Berényi Gábor (ford.). Thalassa Alapítvány–Pólya Kiadó. Budapest.

Hall, Kira 1995. Lip Service on the Fantasy Lines. In: Hall, Kira – Bucholtz, Mary (eds.): *Gender Articulated: Language and the Socially Constructed Self*. Routledge. New York. 183–216.

Holmes, Janet–Meyerhoff, Miriam 1999. The community of practice: theories and methodologies in language and gender research. *Language in Society* 28: 173–183.

Holmes, Janet – Stubbe, Maria 2003. „Feminine” Workplaces: Stereotype and Reality. In: Holmes, Janet – Meyerhoff, Miriam (eds.): *The Handbook of Language and Gender*. Blackwell Publishing. Oxford. 573–600.

Horváth Kata 2007. „Mire teszed magad?” A „cigány” mint különbség diszkurzív konstrukciója a hétköznapi interakciókban. In: Bartha Csilla (szerk.): *Cigány nyelvek és közösségek a Kárpát-medencében*. Nemzeti Tankönyvkiadó. Budapest. 220–241.

Huszár Ágnes 2009. *Bevezetés a gendernyelvészetbe. Miben különbözik és miben egyezik a férfiak és a nők nyelvhasználata és kommunikációja?* Tinta Könyvkiadó. Budapest.

Hultgren, Anna Kristina 2011. „Building Rapport” with customers across the world: The global diffusion of a call centre speech style. *Journal of Sociolinguistics* 15 (1): 36–64.

Lakoff, Robin 1975. *Language and Woman's Place*. Harper and Row. New York.

Leinfellner, Elisabeth 2002. Die redselige Frau, der schweigsame Mann und andere sprachliche Stereotypen. In: Baier, Wilhelm – Wuketits, Franz (Hg.): *Mann und Frau: Dre Mensch als geschlechtliches Wesen*. Leykam. Graz. Vagy: Leinfellner, Elisabeth. 2011. Cserfes nő, szótlán férfi és egyéb sztereotípiák. Somos Edit Csilla–Sulyok Edit (ford.). In: Juhász Valéria – Kegyesné Szekeres Erika (szerk.): *Társadalmi nem és nyelvhasználat. Válogatott szemelvények az angol és a német szakirodalomból*. Szegedi Egyetemi Kiadó–Juhász Gyula Felsőoktatási Kiadó. Szeged. 106–117.

Kendall, Shari 2003. Creating Gendered Demeanors of Authority at Work and at Home. In: Holmes, Janet–Meyerhoff, Miriam (eds.): *The Handbook of Language and Gender*. Blackwell Publishing. Oxford. 600–624.

Ritzer, George 1993. *The McDonaldization of Society*. Pine Forge Press. Thousand Oaks. Vagy: Ritzer, George 1997. A társadalom mcdonaldizációja. Andor Mihály (ford.). *Replika* 27. 103–115. (Részlet)

Schulz, Muriel–Wodak, Ruth 1986. *The Language of Love and Guilt*. Benjamins. Amsterdam.

Talbot, Mary 2003. Gender Stereotypes: Reproduction and Challenge. In: Holmes, Janet–Meyerhoff, Miriam (eds.): *The Handbook of Language and Gender*. Blackwell Publishing. Oxford. 468–486. Vagy: Talbot, Mary 2011. A nemi sztereotípiák újratermelődése kritikai szemszögből (ford. Misits Éva). In: Juhász Valéria – Kegyesné Szekeres Erika (szerk.): *Társadalmi nem és nyelvhasználat. Válogatott szemelvények az angol és a német szakirodalomból*. Szegedi Egyetemi Kiadó–Juhász Gyula Felsőoktatási Kiadó. Szeged. 89–105.

Thimm, Caja – C. Koch, Sabine – Schey, Sabine 2003. Communicating Gendered Professional Identity: Competence, Cooperation, and Conflict in the Workplace. In: Holmes, Janet – Meyerhoff, Miriam (eds.): *The Handbook of Language and Gender*. Blackwell Publishing. Oxford. 528–550.

VII. Mellékletek

1. melléklet – Interjú a kasszások nyelvhasználatáról

1. Neved?
2. Életkorod?
3. Mi a legmagasabb iskolai végzettséged?
4. Folytat-sz-e jelenleg valahol tanulmányokat? Ha igen, akkor hol?
5. Mennyi ideje dolgozol az étteremben kasszásként?
6. Le tudnád írni a kasszasori sztenderd nyelvhasználatot?
7. Mennyire érzed sajátodnak, természetesnek a munkahelyeden elvárt sztenderd nyelvhasználatot?
8. Mennyire hasonlít az a nyelvezet, amelyet a hétköznapiakban használsz, ahhoz a nyelvhasználatához, amit itt elvárnak tőled?
9. Melyek azok a részek, nyelvi elemek a sztenderdből, amelyeknek a megvalósítása esetleg gondot okoz, szívesen kihagynád, vagy ha teheted, ki is hagyod?
- 10./Fiúk: Egyesek túl udvariasnak tartják a sztenderdet. Te egyetértessz-e ezzel?
- 10./Lányok: Bele kell-e bújni egy szerepbe, hogy jó dolgozó légy, vagy alapvetően ilyen vagy?
11. Észrevetted-e, hogy másképpen viselkedsz a vendégekkel, mint a munkatársaiddal?
12. Szerinted megvalósítható-e a személyesség, a vendégközpontúság, miközben egy előre eltervezett forgatókönyv szerint szolgál-sz ki mindenkit?
13. Miért előnyös a sztenderd nyelvhasználat? Miben segít munkavégzés közben?
14. Hogyan kezeled az idegesítő, kötekedő vendégeket? Hogyan kezeled a problémákat? Van bevált módszered, vagy a sztenderdet követed minden esetben?
15. Van erről esetleg egy érdekes történeted, amikor jól vagy rendkívül eredménytelenül reagáltál a problémás vendégre?
16. Szerinted segít-e a mosolygás a vendégekkel való kommunikációban és a mindennapi munkavégzésben?
17. Milyen stratégiát használsz arra, hogy kimutasd a vendég iránti érdeklődésedet vagy unszimpatiádat? Sztenderden belül maradsz, vagy elengeded magad?(pl. szemkontaktus, bólogatás, mosoly, minimális visszajelző válaszok/kérdések)
18. Hogyan érint téged, ha a vendégek a rendelés felvételén kívül is megszólítanak, „jópofiznak” veled? Hogyan reagálsz erre?

19. Megenged-e magadnak a vendégekkel szemben a szlenges kifejezéseket? (pl. üdcsi, szendó)
20. Létezik-e számodra olyan vendégtípus, akikkel úgy érzed, hogy kivételesen, az átlagtól eltérően kell bánni? (pl. laza és kifejezetten udvarias nyelvhasználat)
21. Miben látod okát, hogy főleg lányokat tesznek kasszasorra?
22. Mit gondolsz az alábbi állításokról:
 - a, az esetleg kifejezés használatával azt sugallod a vendégnek, hogy nem vásárolt eleget, hogy ő egy „olcsó” vendég
 - b, az esetleg kifejezés használatával nem lesz elég magabiztos az ajánlás, nem tudsz elég szuggesztíven eladni egy terméket, vagyis nem tudod azt az érzetet kelteni a vásárlóban, hogy ő döntött
- Drive-osoknak szóló rész:
23. Mennyi ideje drive-ozol?
24. Milyen különbséget látsz a drive-os és a hagyományos kasszasori kiszolgálás között?
25. Milyen stratégiákat használsz arra, hogy a személyes kontaktus hiányát kiküszöböld és megfelelően kedves légy a vendéggel?
26. El tudnál játszani egy kiszolgálási szituációt?

2. melléklet – Interjú a vezetőkkel

1. Mi alapján válogatják a kasszasori/ drive-os dolgozókat?
2. Mi az oka annak, hogy többnyire lányok dolgoznak ebben a pozícióban?
3. Mit tapasztaltak a fiúkkal kapcsolatban a kasszasoron? Miért vannak létszámhátrányban a lányokhoz képest?

3. melléklet – Interjú a konyhás férfiakkal

1. Neved?
2. Korod?
3. Legmagasabb iskolai végzettséged?
4. Jelenleg folytatasz valahol tanulmányokat? Ha igen, hol?
5. Mióta dolgozol az étteremben konyhásként?
6. Kasszasoron vagy drive-on is dolgoztál már?

Igen esetén: Mennyi ideig? Melyik munkakör tetszett jobban: a kassza, a drive vagy a konyha? Miért?

Nem esetén: Szeretnéd esetleg kasszasoron vagy drive-on kipróbálni magad?

7. Szerinted milyen képességekkel kell rendelkeznie valakinek, hogy kasszásként, illetve drive-osként dolgozhasson? Kiváltság kasszásként dolgozni vagy büntetés?

8. Le tudnád nekünk írni saját szavaiddal, hogy szerinted mi jellemzi a kasszasori sztenderd nyelvhasználatot? Milyen jellegzetességeit tudod felsorolni a kasszások nyelvhasználatának?

9. Szerinted miért vannak többnyire lányok a kasszasoron?

10. Véleményed szerint mások az elvárások egy férfival szemben a vezetőség részéről? Mi az, amiben esetleg elnézőbbek veletek szemben?

11. Szerinted milyen képességek kellenek valakinek ahhoz, hogy jó konyhás lehessen?

12. Látsz-e különbséget a kasszások és a konyhások beszéde között?

Igen esetén: Miben látod az okát a különbségeknek?

13. Miben hasonlít, illetve különbözik a munkahelyi nyelvhasználatod az otthoni, mindennapi beszédedtől?

14. Szoktátok egymást ugratni a konyhán?

Igen esetén: Hogyan? Példákat tudnál említeni?

15. Szoktátok-e a kasszás lányokat „kóstolgatni”?

Igen esetén: Hogyan? Példákat tudnál említeni? Miért teszitek ezt?

16. Miért jó konyhásként dolgozni?

17. Miért a fiúk vannak többnyire a konyhán szerinted?

18. Férfiakkal vagy nőkkel dolgozol szívesebben?

19. Ha egy nővel dolgozol a konyhán, akkor azt hogyan kezeled? Örölsz neki vagy csak hátráltat? Milyen konyhás pozícióra osztanál be egy nőt?

20. Hogyan fogadod az új kollégákat? / Új kollégaként hogy megy a beilleszkedés?

4. melléklet – Kiszolgálási szituáció (feljegyzéseink alapján)

1. Üdvözlöm az étteremnél! Várom a rendelését./Miben segíthetek?

[A vendég kér egy szendvicset. A dolgozónak ilyenkor kötelező kiegészítenie a szendvics-burgonya-üdítő háromszöget. Így megkérdezi:]

2. Igen, akkor lesz egy „X” [szendvics]. Üdítőt vagy burgonyát ajánlhatok menüben a szendvics mellé?

[Ebben az esetben a vendég elfogadja az ajánlatot. Ilyenkor a dolgozónak a piramis-technika szerint ajánlania kell minimum egy kiegészítőt a rendelés mellé.]

3. Szószót a burgonyához vagy egy finom, csoki öntetes fagylaltot desszertnek a rendelés mellé szeretne?

[Ezzel a kérdéssel a dolgozó teljesítette a szuggesztív eladásra vonatkozó kötelezettségét. Kérdését úgy teszi fel, hogy a vendég úgy érezze, ő döntött ebben a helyzetben, melynek eredményeképpen kér egy majonézt a burgonyája mellé.]

4. Rendben, akkor lesz egy majonéz is. Igen?

[A kasszás újra visszajelzi a vendég számára, hogy értette a rendelését. A vendég hallgat, de mivel a dolgozó nem kérdezheti meg, hogy szeretne-e még valamit a vásárló, ezért egy emelkedő intonációjú rövid, kérdő mondatral próbálja előremozdítani az interakciót. A vendég erre úgy reagál, hogy nem kér semmi mást.]

5. Rendben, akkor lesz egy „X” menü és mellé egy majonéz. 1300 Ft-ot kérek szépen.

[A kasszás visszaolvassa a rendelést, majd közli az árát. A vendég átnyújtja a kért összeget.]

6. Köszönöm szépen. Itt fogyasztja vagy elviszi?

[A vendég helyben fogyasztást választja. A dolgozó sorban kihordja a kért termékeket, és mielőtt átnyújtaná a vásárlónak a rendelését, újra felsorolja a tálca tartalmát.]

7. Akkor elkészült a szendvics. Itt lesz a burgonya, az üdítő és a majonéz. Parancsoljon! Jó étvágyat!

[Miután a vendég megkapta a rendelését, a kasszás elköszön és egy kötelezően használandó szófordulattal még szívélyesebbé teszi a búcsúzását]

8. Viszontlátásra! Szép napot!

5. Melléklet – A diskurzusok lejegyzésénél használt jelölések

(xy) – a szituáció külső körülményeire vonatkozó információ a szerzőktől

[xy] – az beszédaktusok megvalósulásának olyan nem verbális tényezői, melyek fontosak a diskurzus szempontjából

xy – magasabb hangerővel vagy erősebb hangsúllyal ejtett szavak

// – szimultán beszéd

[n] – nevetés

[sz] – rövid szünet

[SZ] – hosszabb szünet

6. Melléklet – A maszkulin beszédaktusok eszköztárát bemutató diskurzusok

ZSUZSI Húzzál már egyet! [mondja a mgr-nek és mutat a kasszája felé, hogy a vezető húzza le a kártyáját]

MGR. LACI Mindjárt meghúzlak én, Zsuzsika!

ZSUZSI [nevet]

.....

ZSUZSI Fuh, de jó vagy! [mondja Ádámnak, mert segített neki az egyik feladatában]

ÁDÁM Ezt sokan mondták már!

SZABINA Jah, legalább vagy ketten... [n]

ÁDÁM [nevet] Miért pont ketten?

SZABINA Mert biztos nem sokan. [ne]

.....

SZABINA Kéne egy kártya!

MGR. ISTVÁN Magyar vagy francia?

SZABINA Nekem mindegy...

MGR. ISTVÁN Pedig azt hittem a franciát jobban szereted... [n]

SZABINA [n]